

# **REPRESENTAÇÕES DA PATERNIDADE CONTEMPORÂNEA EM BLOGS DO BRASIL E DE PORTUGAL**

**Cristina Fernandes Hentschke**

Cristina Fernandes Hentschke Representações da paternidade contemporânea em blogs do Brasil e de Portugal. Junho de 2018.

**Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação -  
Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias**

**Junho, 2018.**

# **REPRESENTAÇÕES DA PATERNIDADE CONTEMPORÂNEA EM BLOGS DO BRASIL E DE PORTUGAL**

**Cristina Fernandes Hentschke**

Cristina Fernandes Hentschke Representações da paternidade contemporânea em blogs do Brasil e de Portugal. Junho de 2018.

**Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação -  
Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias**

**Junho, 2018.**

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação – Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias, realizada sob a orientação científica da Professora Cristina Ponte.

## [DECLARAÇÕES]

Declaro que esta tese Dissertação é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O candidato,



Lisboa, 05 de junho de 2018

Declaro que esta Dissertação se encontra em condições de ser apreciado pelo júri a designar.

A orientadora.



Lisboa, 05 de junho de 2018



## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, professora doutora Cristina Ponte, por me transmitir confiança, calma e conhecimento durante essa jornada. Professora, obrigada por ter me despertado o interesse pela pesquisa da “parentalidade digital”, espero que possamos nos cruzar novamente pela vida acadêmica!

À minha querida família, por aceitar com tanto amor as minhas escolhas e me incentivar sempre. Um obrigada especial aos meus pais, Suzana e Carlos, e aos meus sogros, Rosa e Santiago, pelo apoio incondicional. Ao meu irmão, Renato, pela inspiração.

Aos meus amigos, agradeço por torcerem junto comigo, seja do lado de lá ou de cá do oceano.

Às amigas, fruto do mestrado, meninas com quem tive o prazer de discutir “várias problematizações”, de dividir muitas imperiais, pastéis e risadas. Obrigada Dani, Carina e Thaissa, por tornarem esse caminho mais leve e alegre. Mari, obrigada por todas as dicas acadêmicas e pela amizade.

Por fim, ao Diego e ao Leo, por terem embarcado junto comigo nessa aventura, por acreditarem em mim e por me mostrarem todos os dias a beleza que há na relação entre pai e filho. Meus amores, sem vocês nada disso teria acontecido.

Fazer um mestrado em Portugal é a realização de um grande sonho, então, sou muito grata a todos que passaram pelo meu caminho e me influenciaram para que eu chegasse até aqui.

# **REPRESENTAÇÕES DA PATERNIDADE CONTEMPORÂNEA EM BLOGS DO BRASIL E DE PORTUGAL**

**CRISTINA FERNANDES HENTSCHE**

## **RESUMO**

**PALAVRAS-CHAVE:** paternidade, masculinidade, parentalidade digital, novas mídias, blog.

Em um momento em que sociedades caminham para uma divisão mais equilibrada nos papéis do pai e da mãe na criação dos filhos, as novas mídias podem potencializar transformações nas subjetividades, ao conferir visibilidade à posição do pai. Nesta dissertação, buscamos analisar e compreender as diferentes formas como os blogs assinados por pais podem contribuir para construir novos significados e representações acerca da paternidade contemporânea. A partir da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) exploramos os principais temas e conteúdos presentes em quatro blogs de paternidade de Portugal e do Brasil. À luz de teorias sobre gênero (Butler, 2003), maternidade (Badinter, 1985), paternidade (Ranson, 2015, 2017), masculinidade (Badinter, 1993; Januário, 2016; Bergara et al., 2008), comunicação (Fischer, 1997, 2001, 2002) e novas mídias (Sibilia, 2016; Lemos, 2002), essa pesquisa se propôs a identificar nuances da presença dos pais no território digital. Vimos que, de diferentes maneiras, os blogueiros/blogs podem reconfigurar padrões hegêmonicos e ensinar novas formas de exercer a paternidade.

# **REPRESENTATIONS OF CONTEMPORARY PATERNITY IN BLOGS OF BRAZIL AND PORTUGAL**

**CRISTINA FERNANDES HENTSCHE**

## **ABSTRACT**

**KEYWORDS:** parenthood, fatherhood, masculinity, digital parenting, new media, blogs.

At a time when societies are moving towards a more balanced role division of father and mother in child rearing, the new medias can boost subjectivities by providing visibility to the father's position. In this dissertation, we develop on how blogs made by men, to discuss their experiences as parents, can elaborate new meanings and representations surrounding fatherhood. Using Content Analysis we contextualize the most meaningful themes and contents present in four fatherhood blogs from Portugal and Brazil. Using gender (Butler, 2003), maternity (Badinter, 1985), paternity (Ranson, 2015, 2017), masculinity (Badinter, 1993; Januário, 2016; Bergara et al, 2008), communication (Fischer, 1997, 2001, 2002) and new media theories (Sibilia, 2016; Lemos, 2002), this research targeted to identify nuances on the presence of parents in the digital territory. We have seen that, in different ways, bloggers may change hegemonic patterns and teach new ways of embracing parenthood.

# ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO I – GÊNERO, PARENTALIDADE E O "NOVO PAI" .....</b>	<b>14</b>
<b>I. 1 Feminino x Masculino .....</b>	<b>14</b>
<b>I. 2 A construção da masculinidade .....</b>	<b>17</b>
<b>I. 3 Os papéis da mãe e do pai na família: da construção à consolidação .....</b>	<b>19</b>
<b>I. 4 Paternidade a(fe)tiva e a nova figura do homem.....</b>	<b>23</b>
<b>I. 5 O uso dos tempos de homens e mulheres no cuidado infantil .....</b>	<b>27</b>
<i>I.5.1 Brasil em foco.....</i>	<i>28</i>
<i>I.5.2 Portugal em foco .....</i>	<i>30</i>
<b>I. 6 A licença-paternidade e seus benefícios.....</b>	<b>33</b>
<b>CAPÍTULO II – A FIGURA DO PAI NA MÍDIA: DE ESPECTADOR A PROTAGONISTA .....</b>	<b>37</b>
<b>II.1 A representação do homem e do pai na mídia tradicional.....</b>	<b>37</b>
<b>II.2 Novas mídias: da construção de si ao conhecimento coletivo .....</b>	<b>42</b>
<b>II.3 Ser pai na era digital.....</b>	<b>44</b>
<i>II.3.1 Ser pai com uma rede de apoio.....</i>	<i>45</i>
<i>II.3.2 Novos espaços para (re)construir a experiência de ser pai.....</i>	<i>46</i>
<i>II.3.3 Desafios e dúvidas sobre o compartilhar.....</i>	<i>47</i>
<i>II.3.4 Mediação parental .....</i>	<i>49</i>
<i>II.3.5 Nova era e novos pais .....</i>	<i>50</i>
<b>CAPÍTULO III – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO .....</b>	<b>52</b>
<b>III.1 Escolha do corpus.....</b>	<b>54</b>
<b>III.2 Coleta de dados.....</b>	<b>57</b>
<b>III.3 A elaboração das categorias .....</b>	<b>57</b>
<b>CAPÍTULO IV – APRESENTAÇÃO DOS BLOGS E RESULTADOS GERAIS.....</b>	<b>61</b>
<b>IV.1 Quem são e como se apresentam os blogueiros?.....</b>	<b>61</b>
<i>IV.1.1 O Melhor Pai do Mundo ( Portugal) .....</i>	<i>61</i>
<i>IV.1.2 Cenas e Coisas de um Pai (Portugal) .....</i>	<i>63</i>
<i>IV.1.3 Canal S.E.R. Pai (Brasil) .....</i>	<i>65</i>
<i>IV.1.4 Paizinho, Vírgula! (Brasil).....</i>	<i>67</i>
<b>IV.2 Apresentação geral e análise descritiva dos resultados.....</b>	<b>69</b>

<b>CAPÍTULO V – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>76</b>
<b>V.1 Principais temas abordados .....</b>	<b>76</b>
<i>V.1.1 Cotidiano e rotina familiar.....</i>	<i>76</i>
<i>V.1.2 Paternidade ativa .....</i>	<i>79</i>
<i>V.1.3 Educação/Criação dos filhos .....</i>	<i>82</i>
<b>V.2 Pais digitais .....</b>	<b>84</b>
<i>V.2.1 Exibir ou não a imagem do filho? .....</i>	<i>84</i>
<i>V.2.2 Estratégias de mediação parental.....</i>	<i>89</i>
<b>V.3 Discursos sobre gênero .....</b>	<b>90</b>
<b>V.4 Blog como rede de pertencimento.....</b>	<b>95</b>
<b>V.5 A profissionalização dos blogs e a construção do pai como personagem visível .....</b>	<b>98</b>
 <b>CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	 <b>103</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>106</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – <i>Print screen</i> tela blog <i>O Melhor Pai do Mundo</i> .....	55
Figura 2 – <i>Print screen</i> tela blog <i>Cenas e Coisas de um Pai</i> .....	55
Figura 3 – <i>Print screen</i> tela blog <i>Canal S.E.R. Pai</i> .....	56
Figura 4 – <i>Print screen</i> tela blog <i>Paizinho, vírgula!</i> .....	56
Figura 5 – Foto do perfil do blogueiro de <i>O Melhor Pai do Mundo</i> .....	62
Figura 6 – Frase ilustrativa de postagem de <i>O Melhor Pai do Mundo</i> .....	63
Figura 7 – Foto do perfil do blogueiro de <i>Cenas e Coisas de um Pai</i> .....	64
Figura 8 – Ilustração feita para um post do blog <i>Cenas e Coisas de um Pai</i> .....	65
Figura 9 – Foto de perfil blog <i>Canal S.E.R. Pai</i> .....	66
Figura 10 – Imagem ilustrativa de post do blog <i>Canal S.E.R. Pai</i> .....	67
Figura 11 – Imagem do blogueiro do <i>Paizinho, Vírgula!</i> .....	68
Figura 12 – <i>Print screen</i> tela do Midia Kit do blog <i>Paizinho, Vírgula!</i> .....	69
Figura 13 – Imagem de <i>Conor McGregor</i> no blog <i>Canal S.E.R. Pai</i> .....	80
Figura 14 – Imagem vídeo <i>YouTube</i> do blog <i>Paizinho, Vírgula!</i> .....	81
Figura 15 – “Desconstrua-se” blog <i>Paizinho, Vírgula!</i> .....	81
Figura 16 – “Focando em soluções” blog <i>Paizinho, Vírgula!</i> .....	84
Figura 17 – Fotografia “A melhor cena do mundo” blog <i>Cenas e Coisas de um Pai</i> .....	86
Figura 18 – <i>Print screen</i> tela <i>Instagram Paizinho, Vírgula!</i> .....	87
Figura 19 – <i>Print screen</i> tela <i>Instagram O Melhor Pai do Mundo</i> .....	88
Figura 20 – <i>Print screen</i> tela <i>Instagram Cenas e Coisas de um Pai</i> .....	88
Figura 21 – Matéria sobre smartphones no blog <i>Canal S.E.R. Pai</i> .....	90
Figura 22 – Matéria igualdade de gênero no blog <i>Canal S.E.R. Pai</i> .....	93
Figura 23 – Post skate blog <i>Cenas e Coisas de um Pai</i> .....	94
Figura 24 – Post “Princesa do asfalto” no blog <i>Cenas e Coisas de um Pai</i> .....	95
Figura 25 – <i>Print screen</i> foto curso <i>Instagram Canal S.E.R. Pai</i> .....	97
Figura 26 – <i>Print screen</i> encontro <i>Instagram Paizinho, Vírgula!</i> .....	97
Figura 27 – Publipost Colgate no blog <i>Paizinho, Vírgula!</i> .....	99
Figura 28 – Post “Como ter uma noite tranquila” no blog <i>Cenas e Coisas de um Pai</i> .....	100

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – <i>Code book</i> para quadro de análise dos blogs .....	58
Quadro 2 – Principais temas abordados nos blogs.....	70
Quadro 3 – Vozes das postagens nos blogs .....	71
Quadro 4 – Tom das postagens nos blogs.....	72
Quadro 5 – Direcionamento das postagens dos blogs .....	72
Quadro 6 – Formato das postagens nos blogs.....	73
Quadro 7 – Como o filho aparece nas postagens nos blogs.....	73
Quadro 8 – Tipo de imagem publicada nas postagens nos blogs .....	74
Quadro 9 – O blogueiro relata a experiência pessoal?.....	74
Quadro 10 – Orientação geral das postagens nos blogs.....	75

## INTRODUÇÃO

A visibilidade conferida pelas mídias digitais nos faz ver homens libertando-se de antigas amarras e ressignificando sua masculinidade ao mostrarem-se no papel de pai. Acreditando no potencial dos novos canais midiáticos como plataformas para a construção identitária e coletiva (Lemos, 2002) nos interessa enxergar mais de perto o delineamento dos contornos da paternidade contemporânea, pelas lentes de blogs criados por homens/pais.

Assim como a mídia tradicional opera, sobretudo, como disseminadora e produtora de representações da masculinidade marcadas por estereótipos (Januário, 2013), as novas mídias fazem circular “verdades” e formas de ser homem e de ser pai. O “upgrade” está na possibilidade da construção coletiva de saberes e na subversão do fluxo de informação, transformando o “eu” em transmissor e personagem principal (Sibilia, 2016). Assim, esses novos espaços criados para falar de paternidade podem representar uma revolução, na medida em que dão voz e protagonismo ao pai, reconfigurando papéis estereotipados e concebidos anteriormente.

Nesse sentido, o objetivo principal deste estudo é analisar e compreender as diferentes formas como os blogs assinados por pais podem contribuir para construir novos significados e representações acerca da paternidade contemporânea. Além de considerarmos os discursos em circulação em quatro blogs temáticos, também procuramos perceber como as particularidades do meio online podem cooperar para tecer e dar forma aos significados e às práticas da paternidade. Para isso, nos amparamos em teorias acerca de gênero (Butler, 2003), maternidade (Badinter, 1985), paternidade (Ranson, 2015, 2017), masculinidade (Badinter, 1993; Januário, 2016, Bergara et al., 2008), comunicação (Fischer, 1997, 2001, 2002) e novas mídias (Sibilia, 2016; Lemos, 2002).

Referente à parte empírica do trabalho, utilizamos um método com enfoque na Análise de Conteúdo, que permitiu analisar quantitativamente e qualitativamente quais os principais temas abordados nas plataformas de comunicação, quais são as vozes que guiam as postagens, em qual tom os blogueiros se dirigem à sua audiência e como exploram questões ligadas à paternidade ativa, ao gênero e à parentalidade digital. Para o efeito, definimos como objeto de estudo os blogs brasileiros *Paizinho*, *Virgula!* e *Canal S.E.R. Pai* e os blogs portugueses *O Melhor Pai do Mundo* e *Cenas e Coisas de um Pai*, que foram analisados pelo período de seis meses.



O tema desse estudo teve o seu surgimento motivado por questionamentos que passei a realizar após a experiência pessoal da maternidade. Qual o papel do pai e o papel da mãe na criação de uma criança? A mulher já nasce sabendo ser mãe? E o pai, por qual razão é culturalmente autorizado a excluir-se da esfera dos cuidados? Cercados por influências da sociedade, da mídia e da família, passamos a acreditar que homens e mulheres têm aptidões e funções inatas ao seu gênero. Porém, concordando e ampliando para o masculino a máxima de Beauvoir (1967, p. 09), que afirma que “não nascemos mulheres, tornamo-nos mulheres”, cada vez mais acreditamos no potencial que tanto mulheres como homens têm em “transformarem-se” em pais. Nesse sentido, acreditamos que os blogs de paternidade materializam essas construções e abrem janelas e espelhos para que homens se reconheçam e se desenvolvam na condição de pai.

Esta dissertação foi organizada em cinco capítulos<sup>1</sup>. Partindo da premissa de que gênero é uma categoria construída culturalmente, nosso primeiro capítulo, intitulado “Gênero, parentalidade e o novo pai”, aborda a diferença de papéis culturalmente atribuídos ao pai (homem) e à mãe (mulher) na criação e cuidado com os filhos<sup>2</sup>. Nos apoiando em teóricas feministas, nos focamos especialmente na construção da masculinidade. Trazendo a discussão para a atualidade, após os movimentos feministas, refletimos sobre as novas demandas do papel masculino e do possível surgimento de uma masculinidade contemporânea e, logo, de um “novo pai”. Por fim, apresentamos os contextos dos dois países, a partir de dados estatísticos do Brasil e de Portugal, e discutimos o uso do tempo dos homens e mulheres nas tarefas da casa e no cuidado com os filhos, observando os possíveis equilíbrios e desequilíbrios. Examinamos, também, como esses dois países promovem uma maior participação do pai na esfera dos cuidados, por meio de suas políticas de licença-paternidade.

Já no segundo capítulo, com o título “A figura do pai na mídia: de espectador a protagonista”, focamos o olhar na equação paternidade + mídias digitais. Inicialmente, realizamos um panorama da representação da figura do homem/pai na mídia tradicional e, em seguida, apresentamos a revolução proporcionada pelas novas mídias, que colocam os

---

<sup>1</sup> Neste trabalho, pelo fato da autora ser de nacionalidade brasileira, e para haver assim um melhor desenvolvimento do texto, optou-se por escrevê-lo de acordo com as normas da gramática e ortografia da língua portuguesa do Brasil.

<sup>2</sup> Para compreendermos com mais clareza, nessa análise, a distinção dos papéis atribuídos ao homem e à mulher no contexto familiar, focalizaremos o olhar para o modelo hegemônico dominante de família, composta por um casal de pais, heterossexuais, sendo uma pessoa do sexo feminino e outra do sexo masculino.

espectadores também como produtores e disseminadores de “verdades” e identidades. Exploramos, ainda, as oportunidades e desafios da parentalidade e paternidade na era online, e concluímos com as perguntas mais detalhadas desse estudo.

Na sequência, o capítulo “Metodologia de Investigação”, é dedicado à apresentação do nosso *corpus* e descrição e discussão teórica da metodologia escolhida para esse trabalho. Abordamos, ainda, os critérios de escolha do objeto de estudo, assim como os detalhes da coleta e análise de dados. Por fim, apresentamos o material que permitiu categorizar o conteúdo dos blogs, o *code book*, instrumento fundamental para a análise dos posts.

Os resultados quantitativos da pesquisa são expostos no quarto capítulo, “Apresentação dos blogs e resultados gerais”. Nessa seção do trabalho também refletimos com mais profundidade e de forma crítica sobre os blogs e blogueiros analisados e a forma como se apresentam dentro dos seus territórios digitais.

No quinto capítulo, intitulado “Discussão dos resultados”, debatemos como os pais-blogueiros exploram a sua vivência na paternidade e como se manifestam sobre o tema. Levando em conta nossa principal questão de investigação, assim como as teorias que sustentam esse estudo, discutimos questões ligadas à paternidade ativa e à paternidade digital, conduzidas pelos resultados da análise.

Na conclusão, realizamos uma reflexão sobre a formação e o exercício da paternidade contemporânea no contexto das novas mídias, a partir das representações nos blogs. Para tal, lançamos um olhar crítico ao nosso objeto de estudo, permanecendo atentas às nuances que puderam emergir das análises. Por fim, é importante esclarecer que mais do que chegar a resultados concretos, nos interessa abrir um espaço para o debate e reflexão sobre o tema.

## **CAPÍTULO I – GÊNERO, PARENTALIDADE E O "NOVO PAI"**

Neste capítulo abordamos sobre parentalidade e a diferença de papéis atribuídos ao pai (homem) e à mãe (mulher) na criação e cuidado com os filhos. Apoiadas em teorias feministas e pós-feministas, refletimos sobre a construção social em torno dos gêneros masculino e feminino, focando, especialmente, na construção da masculinidade. Trazendo a discussão para a atualidade, tratamos das novas demandas do papel masculino e do possível surgimento de uma masculinidade contemporânea e, logo, de um “novo pai”, com presença mais efetiva na vida familiar e maior liberdade para vivenciar e expressar seu lado afetivo. Por fim, abordamos, a partir de dados estatísticos do Brasil e de Portugal, o uso do tempo dos homens e mulheres nas tarefas da casa e no cuidado com os filhos, a fim de observarmos os possíveis equilíbrios e desequilíbrios entre as práticas do pai e da mãe. Nesta seção, observamos também como esses dois países são capazes de promover uma maior participação do pai na esfera dos cuidados, por meio de suas políticas de licença-paternidade.

### **I. 1 Feminino x Masculino**

A anatomia divide os seres humanos em dois tipos físicos distintos quanto à sua genitalidade e ao seu corpo, estabelecendo no meio sociocultural, inclusive, qual a imagem de homem e mulher que se deve tomar como realidade única possível. A anatomia [...] vai ser tomada como parte da constituição da identidade sexual e de gênero do sujeito, mas é preciso analisar as ideias que uma sociedade cria acerca do corpo. (Almeida, 1995, p. 138).

É menino ou é menina? A partir do segundo em que nascemos ou quando ainda estamos na barriga da mãe, essa simples pergunta resulta em um conjunto de significados e é o momento em que começa a chamada socialização de gênero (Leaper, 2014). Nesse sentido, o autor ressalta que a atribuição do gênero se torna uma identidade social poderosa que molda a vida do indivíduo desde cedo. Esse é um processo que, na sociedade e cultura ocidental, acarreta uma série de consequências na vida das mulheres e dos homens, ao passo que o sexismo pode ser um

[...] limitador natural que reduz as possibilidades das pessoas para desenvolver suas capacidades e, portanto, supõem um fardo para a liberdade individual e coletiva. A socialização sexista em um sistema patriarcal discrimina e oprime as mulheres ao mesmo tempo que limita os homens. (Bergara, Riviere & Bacete, 2008, p. 21, tradução nossa)<sup>3</sup>.

Durante muito tempo o homem foi considerado o representante mais perfeito da humanidade e a medicina reconhecia somente um sexo: o masculino. Como observa Thomas Laqueur (apud Badinter, 1993, p. 7),

[...] o sexo, o corpo, antes do século das luzes, eram vistos como epifenômenos, enquanto o gênero [...] era o dado primeiro e primordial. Ser homem ou mulher era antes de tudo uma hierarquia, um lugar na sociedade, um papel cultural, e não um ser biologicamente oposto a outro.

A mulher era inversa ao homem, de acordo com o padrão da perfeição masculina e, portanto, inferior, menos perfeita. Pensava-se que as mulheres tinham os mesmos órgãos genitais que os homens, com a única diferença de que os delas ficavam no interior do corpo e não no exterior. No final do século XVIII, pensadores com ideias diferentes insistiram na diferenciação entre os sexos, baseados nas novas descobertas biológicas, “com a falência do modelo do sexo único, fundou-se novas bases de hierarquia, sustentadas pela natureza biológica, que determinavam as diferentes inserções sociais do homem e da mulher e que, no fundo, manteve inalterada a dominação masculina” (Januário, 2016, p. 84).

Atualmente, apesar de já haver questionamentos acerca desse pensamento tão marcado pelas diferenças anatômicas, parece que ainda estamos amarrados a muitas ideias do passado, associando diferentes características para cada sexo. Inconscientemente, desde cedo, criamos rótulos e fazemos associações. É já durante a primeira infância que o pai e a mãe ensinam aos seus filhos e filhas as primeiras lições, encorajando comportamentos e atividades diferentes para o menino e para a menina. As meninas desde bebês são apresentadas com bonecas e brinquedos ligados às tarefas domésticas e do cuidar, já aos meninos oferecem-se carros, bolas, jogos que permitem desenvolver a criatividade, correrem riscos e serem mais ativos. Dessa forma, como definem Bergara et al. (2008), as meninas e os meninos são transformados em mulheres e homens através de um processo de socialização

---

<sup>3</sup> Trecho original: “El sexismo es un limitador natural que reduce las posibilidades de las personas para desarrollar sus capacidades y, por tanto, supone un lastre para la libertad individual y colectiva. La socialización sexista en un sistema patriarcal discrimina y oprime a las mujeres, al mismo tiempo que limita a los hombres.”

que valida as atitudes consideradas adequadas para cada sexo, reprimindo aquelas que não se ajustam aos papéis e estereótipos estabelecidos:

A ser hombre o mujer, niño o niña, se aprende, y esa definición está condicionada incluso antes del nacimiento (cuando se eligen los nombres, se decoran las habitaciones, se compra la ropa...). Los seres humanos están obligados a aprender para ser lo que son, y el aprendizaje de género es una de las más importantes y primeras lecciones que nos enseñan la familia, la escuela, las distintas religiones y la sociedad en la que vivimos. Tal es la importancia de este aprendizaje que sobre él se construyen rasgos fundamentales de la identidad personal. [...] La eficacia de este proceso reside en que la exigencia de cumplir las mismas es universal (para todas las personas) pero diferenciada y matizada en base a una concepción sexista de la construcción social. Así pues, se premia a quienes cumplen las normas establecidas y se castiga o excluye a quienes no lo hacen. (Bergara et al., 2008, p. 21).

Concordando que os sujeitos então são posicionados de formas bastante distintas conforme o sexo que nascem, a filósofa pós-feminista Judith Butler (2003) problematiza a definição de gênero, compreendendo que as características associadas ao feminino e o masculino nada têm de biológicas: o que entendemos como gênero está sendo “constituído performativamente, pelas próprias expressões tidas como seus resultados” (Butler, 2003, p. 16). Ou seja, para Butler (2003), gênero não é algo que somos ou que temos, mas algo que fazemos, que performamos. Scott (1995) também é uma das defensoras dessa linha de pensamento e evidencia em seus estudos que gênero é mais uma forma de dar sentido às relações de poder, afirmando a necessidade de desconstruir a oposição binária masculino-feminino.

Assim, se por um lado o sexo é uma categoria associada às características biológicas que não mudam através do tempo nem das culturas, o gênero – como esclarecem Bergara et al. (2008) – é uma categoria produzida social e culturalmente, que delimita valores, condutas e expectativas “próprias” de homens e mulheres, de acordo com o que se entende por feminino e masculino em cada sociedade e cultura. Dessa forma, “a diferença biológica entre os sexos [...] pode assim ser vista como justificativa natural da diferença socialmente construída entre os gêneros” (Bourdieu, 2012, p. 20).

No tocante a esse ponto, Januário (2016, p. 79) afirma que “a feminilidade e a masculinidade são socialmente percebidas como uma construção feita a partir de modelos culturais que impõem um padrão normativo, sujeito à vigilância social”, e que dentro desses modelos, as emoções e desejos são reguladas pelas percepções culturais do que é ser homem e do que é ser mulher. Assim, em um mundo organizado em torno da ideia de que homens e mulheres têm diferentes corpos, diferentes capacidades e diferentes necessidades e anseios

(Holmes, 2007), as identidades do feminino e do masculino vão se estruturando por oposição, assumindo funções objetivas e subjetivas:

A divisão entre os sexos parece estar “na ordem das coisas”, como se diz por vezes para falar do que é normal, natural, a ponto de ser inevitável: ela está presente, ao mesmo tempo, em estado objetivado nas coisas (na casa, por exemplo, cujas partes são todas “sexuadas”), em todo o mundo social e, em estado incorporado, nos corpos e nos habitus dos agentes, funcionando como sistemas de esquemas de percepção, de pensamento e de ação. (Bourdieu, 2012, p. 17).

Pesam, então, sobre os corpos de homens e mulheres as representações e papéis sociais que lhe são atribuídos (Butler, 2003), papéis esses limitantes frente a todas as pluralidades de um ser. Compreender a origem da criação desses modelos – questionando sua constante reprodução – é fundamental para que possamos buscar novas possibilidades e mudanças positivas para ambos os sexos e gêneros.

## **I. 2 A construção da masculinidade**

Não nascemos homens, nos tornamos homens. Nesse sentido, se refletirmos sobre a máxima de Beauvoir<sup>4</sup> (1967), compreendemos que a mesma também pode ser aplicada na lógica masculina. “Ser homem se diz mais no imperativo do que no indicativo. A ordem ‘Seja homem’, tão frequentemente ouvida, implica que isso não é tão evidente, que a virilidade não é, talvez, tão natural quanto você pretende” (Badinter, 1993). Compreender que a masculinidade pode ser uma construção ideológica está de acordo com o pensamento construtivista que – em oposição à ideia do determinismo biológico – percebe que a virilidade não é um atributo da ordem da natureza, mas está, sim, em constante construção. “Expresiones que siguen siendo de uso común como ‘los niños no lloran’, ‘tienes que ser fuerte’ o ‘eso es de niñas’ siguen reflejando un modelo estereotipado de masculinidad, cuyo cumplimiento y conquista se sigue relacionando con la idea de ‘hacerse hombre’” (Bergara et al., 2008, p. 28).

Na obra *XY: Sobre a Identidade Masculina*, Badinter (1993), que já tinha colocado à prova o mito do amor materno (1985), realiza uma retomada da construção da identidade do homem e questiona sua essência sexual imutável e inata. Para a autora, a masculinidade “não é uma essência, mas uma ideologia que tende a justificar a dominação masculina” (p.

---

<sup>4</sup> “Não nascemos mulheres, tornamo-nos mulheres”. (Beauvoir, 1967, p. 9).

27). Essa contestação é fortalecida por diversos estudos da antropologia social e cultural, assim como novas pesquisas históricas e sociológicas, conduzidas por especialistas dos *Men's Studies* que entendem a masculinidade como uma construção ideológica e não um dado biológico (Badinter, 1993). Esses novos estudos ainda indicam “o quanto os modelos antiquados da masculinidade e seus ideais hegemônicos são prejudiciais mesmo para os homens e consequentemente para a sociedade em geral” (Januário, 2016, p. 12).

Construída com base na repressão dos aspectos femininos (Scott, 1995), o princípio da masculinidade é ensinado desde muito cedo por instâncias como a família, a mídia, a religião, a política ou a sociedade. A ideia, promovida por muitas culturas e sociedades, de que ser um “homem de verdade” significa ser provedor e protetor, incentiva os meninos a serem agressivos e competitivos, obrigando-os a usar violência entre si para se provarem capazes. Esse comportamento é estimulado e orientado nos processos de socialização da criança, baseados em um modelo masculino hegemônico, que acabamos muitas vezes por repetir sem questionar: “a violência praticada por rapazes, o uso abusivo de drogas, o suicídio e o comportamento desrespeitoso em relação à sua parceira estão relacionados à forma como as famílias, e de um modo mais amplo, a sociedade, educam meninos e meninas” (Instituto Papai<sup>5</sup>, 2001, p. 10).

É preocupante pensar que, por meio de uma socialização sexista, o homem não é educado a demonstrar suas emoções, sendo instruído a ocultar, negar ou relativizar seus sentimentos (Bergara et al., 2008). Desse modo, o mundo afetivo e sentimental fica afastado dos elementos que definem a masculinidade hegemônica. Quando um homem é sensível, simpático, sabe consolar e buscar consolo, expressa seus sentimentos e não é competitivo, ele automaticamente se distancia desse modelo, sendo muitas vezes ridicularizado e excluído por isso.

Para Badinter (1993), porém, se a masculinidade é algo que se ensina e se constrói, é possível também a sua reformulação:

No século XVIII, o homem digno deste nome, podia chorar em público e ter vertigens; no final do século XIX, não pode mais, sob pena de comprometer sua dignidade masculina. O que se construiu pode, portanto, ser demolido para ser novamente construído. Trata-se de acabar definitivamente com o dualismo dos gêneros e mesmo com o dualismo dos sexos, que não são mais do que posições ideológicas, sempre visando a opressão de um pelo outro. (Badinter, 1993, p. 29).

---

<sup>5</sup> ONG brasileira que desenvolve pesquisas e ações educativas no campo das relações de gênero, saúde, educação e ação social, promovendo atividades de intervenção social junto a homens, jovens e adultos. Recuperado a partir de [www.papai.org.br](http://www.papai.org.br)

Essa desconstrução, ao promover um equilíbrio maior entre os gêneros, traz vantagens para ambos os sexos. O sistema patriarcal dá mais poderes e autoridade aos homens, porém, ele também tem seus custos. São os homens que, em geral (e por conta da “cultura do risco” que os norteia) têm uma expectativa de vida mais baixa, são mais propensos a sofrer dependência de drogas, a desenvolver doenças e a ter acidentes de trânsito, por exemplo (Bergara et al., 2008). Assim sendo, pensar em igualdade de direitos para ambos os gêneros, é pensar em uma sociedade mais justa e promissora, onde todos terão mais espaço para realizar-se, crescer e desenvolver-se. É um movimento que se inicia no debate e questionamento, mas que só se consolida nas ações:

En el proceso de construcción de una sociedad igualitaria entre mujeres y hombres es necesario cambiar las actitudes de los hombres hacia prácticas más igualitarias, tanto en el ámbito privado como en el público. Más allá de la teoría, es importante comenzar a caminar desde la aceptación de que los modelos masculinos son una expresión de nuestro tiempo y nuestra cultura, pero que en la medida que consolidan la desigualdad, deben cuestionados y revisados. [...] cuestionar, revisar y deconstruir el modelo masculino hegemónico en el que todos los hombres han sido socializados y los mecanismos de reproducción del mismo, puede ser un buen punto de partida para corregir los daños que el sexismo genera a mujeres y hombres. (Bergara et al., 2008, p. 55).

E quais seriam os caminhos e atitudes possíveis para essa transformação? No presente trabalho concordamos com a ideia de que a luta pela igualdade de gêneros e por uma nova masculinidade – livre de estereótipos destrutivos e que incorpore características vistas hoje como femininas – pode ser conquistada ao se exercer uma paternidade ativa. “Se admitirmos que homens podem ser ternos e acolhedores, capazes de vínculos profundos com os filhos, então estes serão atributos também masculinos” (Sutter & Maluschke, 2008, p. 81). Entendemos aqui que ao exercer uma paternidade plena, o homem experiencie ter capacidades que não denunciam fraqueza, mas sim potência, como a sensibilidade, a colaboração e o afeto. Para que isso aconteça, entretanto, é necessário romper com o modelo hegemônico, que posiciona o pai e a mãe de forma distinta na criação dos filhos.

### **I. 3 Os papéis da mãe e do pai na família: da construção à consolidação**

Apesar de termos na atualidade diversas configurações familiares, assim como realidades relativamente mais livres e democráticas em diferentes esferas para homens e



mulheres, percebemos que há muitas noções enraizadas do passado quando falamos nas “obrigações” de cada um na criação dos filhos. Pai e mãe ainda incorporam papéis diferentes, idealizados “por meio de construções sociais de gênero no que tange às atribuições de masculino/feminino, construídas a partir das diferenças sociais atribuídas às diferenças sexuais” (Perucchi & Beirão, 2007, p. 63).

Para compreendermos, na análise, com mais clareza a distinção dos papéis atribuídos para o homem e para a mulher no contexto familiar, olharemos para o modelo hegemônico dominante de família, a denominada família nuclear, composta por uma mulher (mãe) e um homem (pai), heterossexuais. Veremos que muitos estereótipos criados se baseiam em ideias que originalmente colocam a mulher em posição desfavorável, mas que por fim configuram desvantagens para ambos os sexos.

Conforme apontam Bergara et al. (2008), enquanto se espera que os homens sejam fortes, ativos, independentes e valentes, das mulheres espera-se que sejam sentimentais, passivas, dependentes e temerosas. Dessa forma, o “cuidado” é uma relação muitas vezes definida na sociedade ocidental como característica feminina e de cujo contexto os homens têm permissão de se excluir.

No contexto familiar, como evidencia a análise desenvolvida pelo Instituto Papai (2001), há modelos predeterminados que homens e mulheres são convocados a seguir:

Para a mulher, exige-se ótimo desempenho no plano afetivo, fala-se em amor de mãe ou instinto materno, uma espécie de característica supostamente inata que orientaria a prática diária materna, definida como gratificante em si (ser mãe é padecer no paraíso!). Para o homem, a cobrança refere-se, sobretudo, ao plano financeiro e econômico. Ele deve assumir a paternidade e o lar ou, em outras palavras, “não deve deixar faltar nada em casa”. Neste sentido, em nossa sociedade, os homens são vistos, em geral, como inábeis para o desempenho do cuidado infantil e, em certa medida autorizados culturalmente a não participar. (Instituto Papai, 2001, p. 23).

Tal irregularidade tem origem em um passado patriarcal, no qual a condição biológica da mulher era utilizada socialmente para oprimi-la na medida em que a restringe ao espaço doméstico, legitimando uma agenda política de poder do homem sobre a mulher (Gallagher & Laqueur, 1987). Especialmente a partir dos estudos de Badinter (1985) e de Ariès (1978), que analisaram a construção social da maternidade na sociedade francesa, verifica-se que até o século XVIII, aproximadamente, a criação dos filhos não se dava pelos pais. A família europeia constituía-se a partir dos interesses econômicos, não havendo uma relação afetiva, onde as mulheres e as crianças figuravam igualmente como pessoas

subordinadas aos homens. Os bebês, logo que nasciam, eram entregues aos cuidados de terceiros: cabiam às camponesas pobres o exercício da maternagem e às amas de leite a tarefa de alimentar (Ariès, 1978).

No final do século XVIII, de acordo com Badinter (1985), houve um alerta para as condições de vida das amas a quem se entregavam as crianças: mulheres em estado de miséria, vivendo em condições sub-humanas, sem o menor cuidado com a higiene e com a alimentação. Notou-se, então, que a ausência da maternagem pela mãe e a falta de cuidados especiais colaboravam para as altas taxas de mortalidade dos nascidos vivos naquela época, dessa maneira, houve uma preocupação em salvá-los: “A verdade é que a criança, especialmente em fins do século XVIII, adquire um valor mercantil. Percebe-se que ela é, potencialmente, uma riqueza econômica” (Badinter, 1985, p. 153). Dessa forma, o panorama da alta mortalidade infantil promove um fortalecimento da medicina higienista e, logo, a emergência de um novo discurso perante a maternidade.

Badinter (1985) teoriza que uma das formas de operar essa regulação foi a construção do mito do instinto materno, segundo o qual a maternidade era uma tendência feminina inata. O sujeito materno vai se constituindo então “em meio a modelos sociais que investem na mulher em uma perspectiva que leva em conta uma essência universal e biológica, colocando-a na posição de cuidadora, educadora, ‘por natureza’, das crianças” (Cadoná & Strey, 2014). Dentro desse contexto, no início do século XIX, evidencia-se cada vez mais a exaltação social da maternidade. A mulher adquire maior valorização social, passando a ser a responsável pelo lar e pela criação dos novos cidadãos (Moura & Araújo, 2004).

Woodward (1997) concorda com o mito acerca da maternidade e enfatiza que o título de “mãe” fala mais de uma identidade cultural do que de uma categoria universal, quando maternar e cuidar não são aptidões desenvolvidas naturalmente. Nesse sentido, a autora usa um exemplo esclarecedor; ao apontar que “o volume de material que é produzido com informações sobre como tomar conta de um bebê ou criança sugere que a biologia não capacita a mulher para o papel social de cuidar uma criança e que para este papel são necessárias instruções”<sup>6</sup> (p. 241, tradução nossa). Woodward (1997) defende que a figura da “mãe perfeita” é moldada a partir de diversos discursos, desde o religioso até o da cultura popular.

---

<sup>6</sup> Trecho original: “The volume of material which has been produced providing information on how to care for babies and children suggest that biology does not equip women for the social role of childcaring and that this is a role for which instruction is required”.

O discurso psicanalítico também colaborou para fazer da mãe a personagem central da família, considerando a heterogeneidade das funções maternas e paternas, a mãe como a figura do cuidado, ternura e amor, enquanto o pai representante da lei, do poder e da autoridade (Badinter, 1985). Ao analisarmos a história da família, veremos que do ponto de vista filosófico, histórico, religioso e político, a autoridade do pai sempre foi legitimada, havendo uma pressão para que o poder do pai fosse mantido, condição fundamental para uma sociedade hierarquizada.

Por mais longe que remontemos na história da família ocidental, deparamos com o poder paterno que acompanha sempre a autoridade marital. A acreditar nos historiadores e nos juristas, essa dupla autoridade teria sua origem remota na Índia. Nos textos sagrados dos Vedas, Árias, Bramanas e Sutas, a família é considerada como um grupo religioso do qual o pai é o chefe. Como tal, ele tem funções essencialmente judiciárias: encarregado de velar pela boa conduta dos membros do grupo familiar (mulheres e crianças), é o único responsável pelas ações destes frente à sociedade global. Seu poderio exprime-se portanto, em primeiro lugar, por um direito absoluto de julgar e punir. (Badinter, 1985, p. 28).

Silva (2010) observa que, no Ocidente, a primeira definição atribuída à paternidade estava vinculada ao ser soberano. Assim como o rei e Deus, o pai era considerado uma criatura poderosa, que atuava como dono de seu lar/família. Essa condição de “Pai Marido Senhor Todo Poderoso” não pode ser explicada senão pela sua essência. Criatura que mais ativamente participa do divino, seus privilégios devem-se apenas à sua qualidade ontológica (Badinter, 1985). Nesse contexto, o pai consolida-se na família como uma figura distante da responsabilidade do cuidado dos filhos.

Essa situação começa a se modificar com a perda da legitimidade do patriarcado, que Flaquer (1999) indica como uma das mudanças mais importantes que caracterizaram o fim do século XX, propiciando novas concepções de papéis sociais e pautando (re)configurações da família. Percebemos, assim, o aumento de famílias chefiadas por mulheres e o enfraquecimento da figura do pai na constituição da família:

O que se nota é que na família contemporânea, em muitos casos, o homem não é mais o único provedor, tampouco o principal, o que tem modificado o seu lugar dentro do universo familiar [...] e tem gerado questionamentos acerca do próprio título de “chefe de família” há muito tempo de exclusividade masculina, ainda que subsistam no imaginário social marcas da estrutura tradicional. (Cúnico & Arpini, 2013, p. 33).

Bergara et al. (2008) salientam que essas mudanças estão sendo possíveis graças aos movimentos feministas, que lutaram e ainda lutam pela conquista de novos espaços e papéis para as mulheres, seja no mercado de trabalho, como no acesso à educação, nos cargos de poder e tomada de decisão e, por fim, no lar. Hall (2006) também reconhece a importância do feminismo e outros movimentos sociais dos anos 60 por abrirem novas discussões acerca dos papéis de gênero em esferas até então intocáveis, como a família, divisão doméstica do trabalho e cuidado com os filhos.

Foi especificamente a segunda onda feminista<sup>7</sup> que questionou o determinismo biológico como justificativa para posicionar a mulher na família (Woodward, 1997), denunciando o fenômeno do patriarcado. Já a onda pós-feminista, mais contemporânea, foca-se na desconstrução de gênero enquanto categoria fixa e imutável (Badinter, 1993; Scott, 1995; Butler, 2003; Holmes, 2007). Boechat (apud Wilm, 2012, p. 3) concorda com a importância das lutas feministas em prol de uma nova masculinidade:

Na verdade, a questão do masculino surge em seguimento às conquistas do movimento feminista. Que homem é este que cede lugar ao invés de reprimir como a tradição do patrismo exige? Este será um homem com uma relação bastante criativa com sua anima, sua feminilidade inconsciente.

A paternidade apresenta-se então como “experiência (re)constituente da própria masculinidade” (Aboim & Cunha, 2010, p. 22), criando distância face ao papel do homem como “patriarca” e autoridade da família. Desafiando a composição tradicional da masculinidade, o “novo pai” convoca o homem contemporâneo a reconstruir seu papel e lugar no mundo.

#### **I.4 Paternidade a(fe)tiva e a nova figura do homem**

Em todos os tempos houve homens que recusaram as figuras impostas, pais calorosos e atenciosos que deixaram fluir sua feminidade, homens tenros o bastante para amar suas mulheres como suas iguais. Mas é preciso coragem para desafiar os modelos dominantes, e isto era mais preciso ainda no tempo dos caubóis, trinta ou quarenta anos atrás. Hoje, os

---

<sup>7</sup> O feminismo teve diversas fases, conhecidas como “ondas”, que ocorreram em épocas distintas. A primeira onda do feminismo (século XIX e início do século XX) representa o surgimento do movimento feminista, que nasceu como movimento liberal de luta das mulheres pela igualdade de direitos civis, políticos e educativos, direitos que eram reservados apenas aos homens. A segunda fase ressurgiu nas décadas de 1960 e 1970, em especial nos Estados Unidos e na França, denunciando a opressão masculina e a busca de igualdade, ampliando o debate para diferentes questões (Narvaz & Koller, 2006).

homens jovens não se reconhecem nem na virilidade caricatural do passado, nem no repúdio à masculinidade. Eles já são os herdeiros de uma primeira geração de mutantes. (Badinter, 1993, p. 187).

Um cenário diferente parece prosperar e, com o surgimento de novas demandas no papel masculino, criam-se os contornos da paternidade contemporânea. O “novo homem” expressa-se de maneira mais afetiva e participa ativamente das responsabilidades da vida familiar, subjetivando-se distante dos estereótipos e padrões esperados do macho tradicional. Esse “pai cuidador” está recuperando em si a capacidade de amar, escolher e cuidar, recalcada por um passado patriarcal, que nega ao homem essa dimensão própria do seu desenvolvimento humano e psicobiológico (Sutter & Maluschke, 2008).

De acordo com as pesquisadoras de famílias igualitárias Diane Ehrensaft e Arlie Hochschild (apud Badinter, 1993), o novo pai rejeita a cultura masculina tradicional associada à macheza, virilidade e força, e rompe com o modelo de pai da sua infância. Sutter e Maluschke (2008, p. 81) os definem como homens em transição “entre antigos modelos identitários preestabelecidos e novas demandas e posicionamentos”. Badinter (1993, p. 172) também define esse novo perfil:

É um homem oriundo das classes médias ou altas, que se beneficia de uma formação e de uma renda mais elevada que a média. Tem uma profissão liberal que lhe permite, bem como à sua mulher, dispor livremente de seu tempo e rejeita a cultura masculina tradicional. A maioria se diz em ruptura com o modelo de sua infância e não quer, por nada, reproduzir o comportamento do pai, considerado “frio e distante”. Eles almejam “reparar” sua própria infância. Finalmente, vivem com mulheres que não têm vontade de ser mães em tempo integral.

A emergência desse fenômeno é descrita por Ramires (1997) como um novo momento, onde o pai prioriza a paternidade em relação às outras áreas da vida, envolvendo-se de forma intensa nos cuidados com o filho. É um pai que, como aponta Badinter (1993), compartilha e divide as tarefas com as mães e não simplesmente inverte os papéis ou, tampouco, “ajuda”. A autora defende que a escolha desse caminho, para que seja bem-sucedida, não deve ser imposta, mas sim uma decisão livre e natural tanto do pai como da mãe. É importante que a mãe se liberte de hábitos muitas vezes enraizados pela cultura machista e abra espaço para que o homem participe igualmente na criação dos filhos.

Esse novo modelo de paternidade começou a ser articulado na primeira década do século XXI, definido por Hamad (apud Åström, 2015) como “paternidade pós-feminista”,

modelo que desafia a masculinidade hegemônica. São pais carregados de uma nova conduta, uma nova cultura da paternidade, em que a masculinidade do homem é definida a partir da capacidade de cuidar do seu filho (LaRossa, 1997). Para o antropólogo e especialista em políticas de igualdade Rixtar Bacete (2016), a “paternidade positiva” dá um novo significado ao conceito de pai, ao falar de uma figura que é mais do que um responsável, e sim alguém com um alto vínculo afetivo com o seu filho, cultivado através do exercício do cuidado, seja ele exercido da maneira que o pai achar melhor:

Que ser padre no sea quien lleve a los hijos a los partidos de fútbol o el que está fundamentalmente preocupado por traer el dinero a casa, sino que sea lo que cada ser humano decida ser. Mi sueño es alcanzar al ser andrógino; un ser humano completo, libre y que desarrolla todas sus capacidades, respondiendo a su llamada interior. Es quien quiere ser y que no está limitado por haber nacido con una vagina o un pene. Un buen padre es un hombre presente y pacífico, que ha renunciado a la legitimación de la violencia. (Bacete, 2016, para. 7).<sup>8</sup>

Se a maternagem<sup>9</sup> se aprende fazendo (Badinter, 1993), para muitos homens ela se desenvolve quando, por exemplo, os mesmos precisam criar os filhos sozinhos. Além disso, outra condição para que se tenha esse aprendizado mais depressa, é que o homem tenha tido pais “maternais”. Dessa forma, “mais do que uma diferença de gênero, a maternagem de um homem ou de uma mulher depende muita da infância de cada um, ou de circunstâncias externas, que nada tem a ver com a fisiologia (Badinter, 1993, p. 178) e assim “as vantagens do pai/mãe são consideráveis. Além de representar para o bebê uma nova fonte de estímulo e um outro objeto de amor além da mãe, ele se revela um modelo de identificação muito bom para o filho” (p. 181).

Como confirmam os estudos do Instituto Papai (2001), meninos que interagem com homens adultos (pais, tios, amigos da família, etc.) em situação de cuidado infantil, percebem mais facilmente (e com naturalidade) a possibilidade de desempenhar esta tarefa no futuro e

[...] também serão estimulados a questionar/desconstruir a desigualdade de gênero no espaço doméstico. Em outras palavras, a maior participação dos homens nos cuidados para com seus filhos poderá dinamizar as relações de gênero, na medida em que as crianças poderão

<sup>8</sup> Entrevista recuperada a partir de <http://www.lavanguardia.com/vida/20160526/402068710443/entrevista-ritxar-bacete-paternidad-positiva.html>.

<sup>9</sup> “Ao contrário do que reza a tradição cultural e linguística, a ‘maternagem’ não tem sexo. Para evitar as armadilhas da linguagem, os anglo-americanos preferem usar a palavra mais neutra *nurturing* que significa ‘alimentar física e afetivamente’, ou *parenting*. Ambos os termos têm a vantagem de apagar as distinções sexuais” (Badinter, 1993, p. 178).

observar o comportamento de seus pais nestas atividades, possibilitando, assim, uma ampliação dos significados do que é masculino e feminino. (Instituto Papai, 2001, p. 26).

Esses bons exemplos são dados por homens que compreendem que a realização de trabalhos domésticos e de cuidado são também de responsabilidade masculina. No seu espaço de trabalho, esse mesmo homem pode promover importantes transformações, ao usufruir de todos os benefícios de redução de jornada de trabalho para cuidar do filho, assim como lutar por melhorias nas leis de licença-paternidade. Na sociedade, é um homem capaz de respeitar e reconhecer as pluralidades masculinas (Bergara et al., 2008).

Na medida em que o pai se torna uma figura cada vez mais participante, há uma série de vantagens que atingem toda a família, como é verificado a partir da grande quantidade de pesquisas que investigam as consequências da presença do pai na vida do filho (Badinter, 1993, p. 178). A campanha mundial da *Men Care*, por exemplo, no seu relatório *State of the World's Fathers* (Levtov, Van der Gaag, Greene, Kaufman & Barker, 2015) mostra que o envolvimento positivo do homem na criação dos filhos cria uma oportunidade global de promover a igualdade de gênero. Além disso, os estudos mostram que engajar os homens a serem pais envolvidos pode melhorar a saúde da mãe e do filho e criar um laço maior de afeto e respeito com as crianças e as parceiras.

O relatório *Situação da Paternidade no Brasil* (Promundo Brasil, 2016, p. 113) chega a uma interessante (e óbvia) conclusão após suas pesquisas sobre paternidade, ao apontar que o mundo precisa de homens envolvidos como cuidadores, “não porque os pais fazem de forma distinta coisas de homem, mas porque é mais provável que uma criança se desenvolva melhor se tiver mais de um(a) prestador(a) de cuidado e carinho, independentemente do seu sexo”.

A análise apresentada nesse relatório indica ainda que o exercício da paternidade cuidadora permite tratar, indiretamente, de problemas sociais mais graves, como a violência doméstica ou o trabalho infantil. Essa “revolução parental” acarreta, portanto, um impacto social positivo, assim como relevantes mudanças para as próximas gerações e, especialmente, “uma nova masculinidade, mais diversificada e sutil” (Badinter, 1993, p. 182).

Ao termos compreendido a construção social por trás das identidades de gênero, enxergamos que diversos fatores – que vão muito além do biológico – fazem pesar responsabilidades sobre os corpos masculinos e femininos. Os homens carregam um fardo

por diversas gerações de provarem-se másculos através de atitudes e comportamentos muitas vezes agressivos e autodestrutivos, sendo coagidos a esconderem suas emoções, por influência da sociedade, mídia e família. Também acabam ficando excluídos da esfera dos cuidados no contexto familiar, na medida em que são altamente cobrados por sua performance profissional e ainda autorizados (e estimulados) culturalmente para isso. Entretanto, como vimos, esse modelo hegemônico de masculinidade vem sendo questionado por movimentos feministas, que aos poucos abrem espaço para que o homem exerça novos papéis e busque livremente sua própria identidade.

Percebemos, assim, que a valorização da paternidade é tema urgente a ser inserido nas políticas públicas tendo em vista todo o impacto positivo de uma paternidade a(fe)tiva “na saúde e no desenvolvimento das crianças, na equidade de gênero, na redução da violência e do machismo, no bem-estar do próprio homem e na qualidade de seus relacionamentos afetivos” (Promundo Brasil, 2016, p. 12). Essa noção parece estar sendo despertada e assimilada por diferentes culturas e contextos, que aos poucos vêm deslocando o papel homem/pai na família, abrindo espaço para que sua participação seja maior e mais relevante.

## **I. 5 O uso dos tempos de homens e mulheres no cuidado infantil**

De acordo com o relatório *State of the World's Fathers* (Levtov et al., 2015), por volta de 80% dos homens serão pais biológicos em algum momento de suas vidas. Segunda a pesquisa, pode-se dizer que todos os homens têm alguma conexão com crianças, seja como parentes, professores, treinadores, ou simplesmente como membros da comunidade. O envolvimento dos homens no cuidado diário tem grande influência sobre a vida de crianças, mulheres e homens, e um impacto permanente sobre o mundo ao seu redor. A dúvida é se os homens estarão se dedicando tempo suficiente ao cuidado de suas crianças. E mais: se essa divisão é justa quando comparada ao tempo dedicado pelas mulheres.

Atualmente, é possível afirmar que as mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho. Entretanto, como apontam Levtov et al. (2015), essas mudanças não se refletem no que tange à divisão de trabalho dentro de casa e é no trabalho doméstico que a desigualdade de gêneros parece ficar ainda mais forte. Embora a parentalidade tenha diferentes significados e maneiras de ser em diferentes culturas – considerando que em algumas partes do mundo a comunidade tem uma responsabilidade perante à criança tão



forte como o núcleo familiar – as estatísticas confirmam que o peso é normalmente maior para a mulher.

Mesmo estando os pais da atualidade mais envolvidos com os cuidados dos filhos, quando comparados com as gerações anteriores, “não há país no mundo onde o homem divida igualmente o trabalho doméstico e de cuidado com a mulher”<sup>10</sup> (Levtov et al., 2015, p. 63, tradução nossa); “apesar de compreenderem 40% da força global de trabalho formal, em média, as mulheres desempenham duas a dez vezes mais tarefas domésticas e de cuidado do que os homens, o que leva a uma dupla ou mesmo tripla jornada de trabalho” (p. 48). Vejamos a situação dos dois países deste estudo.

### *1.5.1 Brasil em foco*

No Brasil esse desequilíbrio se confirma, como mostram os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada [Ipea], 2008. Segundo a pesquisa, os números apontam um relevante aumento da participação feminina no mercado de trabalho, o que provocou “mudanças nas características dos domicílios brasileiros alterando as relações tradicionais de gênero: mulher cuidadora e homem provedor” (Ipea, 2008, p. 12). Comparando o ano de 1992 com o ano de 2007, a proporção de mulheres cônjuges que contribuem para a renda das suas famílias passou de 39,1% para 62,5%, ainda de acordo com a Pnad (Ipea, 2008). Entretanto, mesmo estando a mulher brasileira assumindo um novo papel, ela continua sendo a principal responsável pelo cuidado doméstico. Ou seja, apesar

[...] das mudanças sociais engendradas nos últimos 50 anos, no Brasil, similar ao que se observa em grande parte do mundo, a responsabilidade do pai continua largamente atrelada ao sustento da casa e a da mãe (mesmo também sendo provedora), ao cuidado cotidiano das crianças e do lar. (Promundo Brasil, 2016, p. 24).

Fontoura, Pinheiro, Galiza e Vasconcelos (2010) reforçam que a realidade das mulheres que exercem – exclusivamente ou não – trabalho não remunerado no Brasil é pouco conhecida, pois esse não é nem mesmo considerado um trabalho pelas estatísticas oficiais. Entretanto, informações da Pnad (Ipea, 2008) indicam que a proporção de mulheres ocupadas que se dedicavam aos afazeres domésticos em 2007 foi de 89,5% e a de homens

---

<sup>10</sup> Trecho original: “There is no country in the world where they share the unpaid domestic and care work equally with women”.

50,4%. Mais expressiva foi a diferença no número médio de horas trabalhadas em afazeres domésticos. As mulheres ocupadas despendiam, em média, 22,2 horas semanais e os homens 9,6. “Sintetizando, a família brasileira está mudando e a mulher é uma das grandes responsáveis por isto. Ela, hoje, está assumindo novos papéis sociais, mas ainda mantêm os tradicionais” (Ipea, 2008, p. 12).

No caso das mulheres em famílias com rendas inferiores a meio salário mínimo per capita e também às mulheres na posição de cônjuge, o tempo dedicado aos afazeres domésticos quase alcança 30 horas semanais. Mesmo as mulheres ocupadas afirmaram gastar 20,9 horas semanais com os afazeres domésticos, ao passo que os homens ocupados gastavam 9,2 horas. Há indícios, ainda – conforme dados da Pnad recolhidos por Fontoura et al. (2010) – de que o tipo de trabalho também é diferenciado entre os gêneros. Enquanto os homens realizam tarefas externas, como cuidar do carro e do jardim, além de pequenos consertos na casa, cabe às mulheres as tarefas internas do dia a dia, como limpeza da casa, cozinhar, lavar e passar roupa e, principalmente, cuidar das crianças.

Soares e Saboia (2007) – com base nos dados dos anos de 2001 a 2005 da Pnad – verificam que essa responsabilização da mulher nas tarefas do lar permanece mesmo com toda a influência das novas relações de gênero na família contemporânea. Apesar das possíveis mudanças na forma de pensar da sociedade atual, esse papel feminino ainda é validado pelas mais diversas esferas, visto que

[...] as leis, as políticas e os serviços públicos reafirmam essas convenções sociais de gênero, na medida em que ainda se organizam primordialmente com base num modelo de família no qual a mulher aparece unicamente como cuidadora. Desta forma, apesar desse modelo de família estar cada vez mais perdendo hegemonia, a naturalização da obrigação feminina pelos afazeres domésticos é reforçada e reproduzida. (Fontoura et al., 2010, p. 22).

Fontoura et al. (2010) alertam que essa imagem da mulher como cuidadora e como força de trabalho secundária no Brasil se converte em diversos obstáculos para as mulheres. Além de contribuir para uma maior dificuldade na inserção delas no mercado de trabalho e nos demais âmbitos da vida pública, “implica na compreensão de que a reprodução social é uma responsabilidade feminina e não das sociedades” (p. 23). Assim, a questão de cuidado acaba não entrando nos temas das políticas públicas e, conseqüentemente, há um deficit de serviços públicos dedicados à cobertura dessas tarefas. Nesse sentido, Soares e Saboia (2007) chamam a atenção para a carência de creches sociais, o que deixa a mãe ainda mais presa no papel de cuidadora que lhe foi designado. Papel esse que é legitimado

constantemente, seja no discurso popular como nas mais diversas instituições do país (Lyra, 1997 apud Promundo Brasil, 2016).

### *1.5.2 Portugal em foco*

Em Portugal a realidade não é muito diferente. Perista et al. (2016) apontam uma relação assimétrica no que diz respeito à participação de homens e mulheres no trabalho não remunerado, seja nas tarefas domésticas como nas tarefas relacionadas ao cuidado. A partir de um trabalho de investigação dos autores – que incluiu uma componente quantitativa e uma componente qualitativa<sup>11</sup> – verificou-se que as mulheres investem, diariamente, 55 minutos a mais na prestação de cuidados e 1 hora e 12 minutos a mais nas tarefas domésticas, em comparação aos homens. No total, em média, o trabalho não pago implica para as mulheres uma afetação de tempo diária de 4 horas e 23 minutos; e para os homens de 2 horas e 38 minutos, ou seja, menos 1 hora e 45 minutos.

Essa assimetria, como indicam as respostas dos entrevistados de Perista et al. (2016), pode ser causada por motivos associados à natureza das atividades profissionais dos homens ou às políticas e práticas da sua entidade empregadora, tendo em vista que eles acabam por ter uma carga horária maior e, sendo assim, menos tempo para se dedicar à família. Ou seja, é um efeito onde causa e consequência se misturam. Um ciclo que depende de muitas outras mudanças para ser rompido.

A análise de Perista et al. (2016) permite constatar ainda que tal disparidade assume o seu valor máximo em relação à prestação de cuidados físicos (dar de comer, dar banho, etc.) aos quais as mulheres dedicam, em média, 1 hora e 44 minutos, enquanto os homens dedicam 1 hora e 11 minutos. Também há uma diferença notável no que se refere às atividades de natureza mais lúdica, como ler, brincar e conversar com as crianças, às quais os homens dedicam 1 hora e 6 minutos e as mulheres, 1 hora e 22 minutos.

A pesquisa mostrou que, apesar de perceberem a injustiça, algumas pessoas aceitam a diferença nos papéis parentais, sobretudo por conta de fatores biológicos (amamentação,

---

<sup>11</sup> A componente extensiva/quantitativa consistiu na aplicação de um inquérito nacional aos usos do tempo. Responderam ao inquérito um total de 10.146 pessoas. Uma vez aplicados os critérios de ponderação acima referidos, obteve-se uma amostra constituída por 5.797 mulheres (57,1% do total da amostra) e 4.353 homens (42,9%). A componente intensiva/qualitativa do estudo baseou-se na realização de um conjunto de 50 entrevistas em profundidade. As entrevistas abrangeram 28 mulheres e 22 homens em diferentes zonas do território nacional (Perista et al., 2016).

vínculo mãe e bebê) e, especialmente, em virtude da diferente duração das licenças atribuídas às mães e aos pais:

As tensões manifestam-se desde logo no usufruto das licenças parentais iniciais. É à mãe que cabe tipicamente a incumbência de assegurar o bem-estar da criança nos primeiros meses de vida, enquanto o pai, se presente, cumpre o papel de provedor económico a par de uma função auxiliar (de “ajuda”) no que toca a cuidados físicos ou emocionais. (Perista et al., 2016, p. 122)

A investigação *Family and Gender Roles Survey*, que aborda a percepção de justiça da divisão de trabalho em casais da sociedade portuguesa, apresenta resultados semelhantes. De acordo com a análise dos resultados feita por Amâncio e Wall (2004), a divisão das tarefas domésticas segue um padrão tradicional, muito embora haja um forte desejo das mulheres de que os homens participem mais. Mais uma vez, constata-se que para as mulheres cabem as tarefas relacionadas à limpeza, à organização e às refeições do lar, enquanto que os homens se ocupam de reparações na casa.

Quando questionados diretamente sobre a “percepção” de justiça em torno do trabalho doméstico, os entrevistados demonstraram que

[...] embora com significativas variações entre os sexos e níveis de escolaridade, não existe um claro reconhecimento de que a divisão das tarefas é injusta e a resposta que suscita maior concordância, e que ancora a divisão das tarefas domésticas nas representações de género, ou seja, “cada um faz o que sabe”. (Amâncio & Wall, 2004, p. 6).

Ao lançar um olhar histórico para as mudanças na sociedade portuguesa, Aboim e Cunha (2010) esclarecem que houve uma grande evolução na equidade dos papéis de homens e mulheres nomeadamente na vida pública, mas que essa transformação parece não se refletir na privada. Ao analisarem o passado, as autoras demonstram que a realidade de 40 ou 50 anos atrás – marcada por uma sociedade rural, pobre e iletrada – evidenciava ainda mais as diferenças de género, em um contrato desigual “centrado na oposição entre dona de casa e o provedor da família” (Aboim & Cunha, 2010, p. 39).

Em 1960, o aumento da taxa de atividade feminina sinalizou uma das mudanças mais espetaculares da sociedade portuguesa profissional. Após o 25 de abril de 1974<sup>12</sup> a entrada feminina no mercado de trabalho evoluiu rapidamente, transformando Portugal “num dos

---

<sup>12</sup> Conhecida como a “Revolução dos Cravos”, a Revolução de 25 de Abril refere-se a um evento da história de Portugal que depôs o regime ditatorial e iniciou um processo que viria a terminar com a implantação de um regime democrático (Barreto & Mônica, 2000).

países europeus com maior número de mulheres activas a trabalhar a tempo inteiro” (Aboim & Cunha, 2010, p. 39), o que afetou diretamente a organização familiar:

Do ponto de vista da família, estas alterações significam, pelo menos ao nível do trabalho pago, a passagem de um modelo de organização familiar centrado numa divisão diferenciada dos papéis de género – o homem, fora de casa, responsável pelo ganha-pão; a mulher, doméstica, consagrada à lida da casa e aos cuidados dos filhos – para um modelo de família centrado numa divisão mais simétrica e “igualitária” dos papéis de género, em que ambos os cônjuges participam no mercado de trabalho e contribuem para o rendimento familiar. (Aboim & Cunha, 2010, p. 42).

Assim, as mudanças iniciadas nos anos 60 marcam o começo da entrada das mulheres em esferas tradicionalmente masculinas. Contudo, como concluem Aboim e Cunha (2010) e Perista et al. (2016), essas conquistas femininas não se refletem em uma mesma entrada do homem no domínio privado. Os pesquisadores indicam uma crescente participação masculina, porém são elas que continuam a ter que arcar com a maioria do trabalho doméstico e parental.

Dessa forma, observa-se que em ambos os países é ainda necessário romper com preconceitos e ideias de género estereotipadas para que se possa ter uma divisão mais justa no uso dos tempos de homens e mulheres nas tarefas que envolvem cuidado com a casa e com a família. A noção de que o cuidado das crianças é um assunto feminino representa um grande obstáculo para o envolvimento dos homens. Então, um caminho para combater essa assimetria é investir em uma licença-paternidade de maior duração, pois “argumenta-se, por exemplo, que uma maior presença do pai nos primeiros dias de vida da criança poderia mudar o comportamento das famílias quanto à divisão das tarefas domésticas” (Almeida, Pereda & Ferreira, 2016, p. 503).

Isso também é o que afirma o relatório *Parental leave: Where are the fathers?* realizado pela *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) (2016), ao concluir que pais (homens) que tiram licença-paternidade têm mais probabilidade de executar tarefas como alimentar e dar banho no bebê e, logo, envolver-se mais no cuidado com a família e a casa. De acordo com Levitov et al., 2015, a licença paternidade representa um importante passo para o reconhecimento da importância da divisão do cuidado das crianças e uma estratégia para a promoção da igualdade de género no ambiente doméstico, no trabalho e na sociedade em geral. Embora a maioria das sociedades industrializadas atuais defendam um maior envolvimento do pai na vida familiar, tanto mães como pais experienciam uma pressão vinda de seus empregadores, relacionada à criação dos filhos e,

geralmente, a mãe acaba pagando uma pena extra no espaço de trabalho (Ammari & Schoenebeck, 2015).

## **I.6 A licença-paternidade e seus benefícios**

Se já são claras as evidências sobre o impacto positivo do envolvimento do homem no cuidado, tanto para ele próprio como para a mulher e, especialmente, para a criança, é urgente refletirmos sobre a importância de uma licença-paternidade com um tempo justo para estreitar o contato entre pai e filho. Já está comprovado que, desde o princípio, a presença do pai é extremamente benéfica, tendo em vista que

[...] a participação ativa dos pais nos serviços de pré-natal [...] é elemento fundamental para promover melhora nos indicadores de saúde. Quando há envolvimento de qualidade do pai as chances da gestante aderir ao pré-natal aumenta, assim como aumentam as chances de que a mulher tenha a experiência de um trabalho de parto menos estressante, além de contribuir para um maior tempo de amamentação. (Promundo Brasil, 2016, p. 17).

No pós-parto, conforme indicam os dados do relatório da OECD (2016), a licença-paternidade é essencial para a mulher se recuperar mais rapidamente do parto, o que é ótimo para a saúde do bebê e também ajuda a diminuir o risco de pobreza da família, na medida em que aumenta a empregabilidade das mulheres. O relatório aponta ainda que a licença-paternidade ajuda a diminuir a discriminação contra mulheres no espaço de trabalho, pois se a licença pode ser tirada tanto pela mulher como pelo homem, os empregadores ficarão menos relutantes em contratar mulheres que estão na idade de engravidar. Outra vantagem é que quando o pai participa mais da vida familiar e dos cuidados com os filhos, as crianças desfrutam de melhores resultados cognitivos e emocionais e de uma melhor saúde. Pais que se envolvem mais com esses filhos, relatam uma grande satisfação na vida e melhor saúde física e mental em comparação com aqueles que interagem menos com seus filhos. Assim,

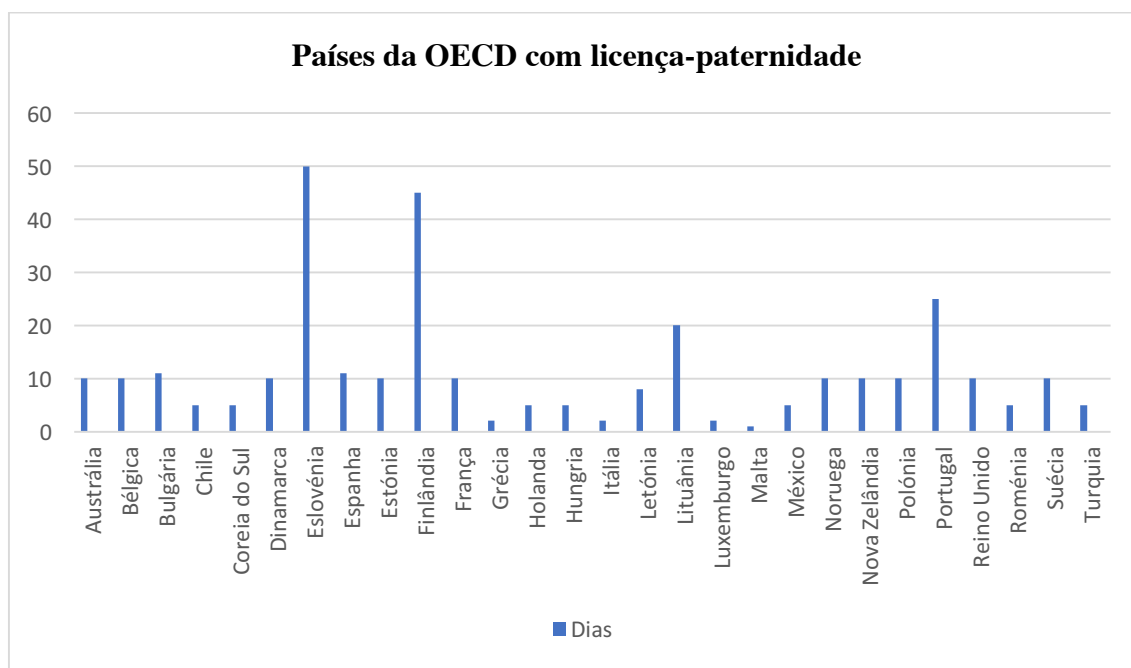
[...] à luz das potenciais implicações que o cuidado parental na primeira infância pode ter, os governos de vários países vêm promovendo mudanças nas suas leis trabalhistas visando suporte financeiro e legal (proteção do emprego) para as mães e também para os pais com crianças recém-nascidas. (Promundo Brasil, 2016, p. 66).

O relatório sobre maternidade e paternidade no trabalho, da Organização Internacional do Trabalho (*International Labour Office*) (Addati, Cassirer & Gilchrist, 2014), aponta que o número de países que concedem o direito à licença-paternidade

aumentou de 41 para 79 nas últimas duas décadas. O caso mais conhecido é do da Suécia, primeiro país a transformar a licença-maternidade em um sistema de licença para ambos os pais, em 1974. Atualmente, a Suécia concede 90 dias de licença obrigatória para os pais e mais 390 dias que podem ser negociados entre pais e mães.

Outros países da União Europeia seguem o bem-sucedido caminho sueco. Ainda de acordo com os dados da OECD (2016), Portugal é o quinto melhor entre os 23 países da organização e se destaca por ser um país onde a taxa de uso da licença parental ultrapassa os 40%. Atualmente, os homens têm direito a 15 dias úteis de licença exclusiva e obrigatória, que pode ser usufruída seguida ou alternadamente e a mais dez dias facultativos, enquanto a mãe estiver de licença. O número de pais que recorreu ao subsídio de paternidade duplicou nos últimos dez anos. Em 2005 foram 30%, em 2015 foram 62,6%. Um aumento que ocorreu de maneira rápida, já que só dez anos depois do 25 de Abril de 1974 que a expressão “licença paternal” entrou na lei e na vida dos portugueses (Reis, 2017).

**Gráfico 1 – Países da OECD com licença-paternidade**



**Fonte: Criado pela autora com dados extraídos da OECD (2016)**

O direito à licença paternal em Portugal faz parte da história recente do país. Conforme os dados recolhidos por Reis (2017), em 1984 é introduzida a licença por paternidade somente em caso de morte ou incapacidade da mãe. Em 1988 os funcionários públicos passam a ter direito a dois dias de falta por nascimento, direito que se estende em

1995 a todos os pais. Já em 1999 a licença aumenta para cinco dias úteis no primeiro mês, pagos a 100%. Em 2009 o pai tem 10 dias úteis obrigatórios durante o primeiro mês, cinco a seguir do parto e outros 10 facultativos em simultâneo com a mãe. Já em 2015 passa a 15 dias úteis obrigatórios, o que aumenta em 2017, com mais 10 dias facultativos.

Já no Brasil, conforme indica o levantamento da OECD (2016), a licença-paternidade corresponde a 9% da média de tempo dos países desenvolvidos, que é oito semanas. A legislação brasileira garante cinco dias que podem ser estendidos para 20, caso o empregador faça parte do programa Empresa Cidadã<sup>13</sup>. Somente a Holanda (dois dias), Grécia (dois dias) e Itália (um dia) oferecem licenças menores que os cinco dias brasileiros. Há, ainda, nove países que não têm nenhum benefício pago para os pais, como Estados Unidos, Turquia, Suíça e Canadá (Portal Brasil, 2017; OECD, 2016).

Foi em 1943 que a história da licença-paternidade no Brasil iniciou-se com o Art.473 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), que concedia falta justificada de um dia no decorrer do nascimento de um filho, no decorrer da primeira semana. Através do Art. 201 da Constituição Federal de 1988, foi criada a licença-paternidade com cinco dias absorvendo o dispositivo anterior, pois não eram cumulativos, sendo que diferente da licença-maternidade, a paternidade não ficaria a cargo da Previdência Social, e sim a cargo do empregador (Guia Trabalhista, 2017).

Embora o país ainda tenha o que evoluir, a realidade de 2018 evidencia que o Brasil está em ascensão. Estudos do Promundo Brasil (2016) apontam que “nos últimos anos, com grande influência da sociedade civil, da academia e de instituições governamentais, os temas da paternidade e do cuidado têm paulatinamente atraído mais atenção no Brasil” (p. 24). O país vem se mostrando inovador quando se fala em paternidade e cuidado, o que se observa nas organizações não governamentais, como o Instituto Promundo e o Instituto Papai, referências mundiais no tema. Nota-se também nas universidades o crescimento do número de núcleos acadêmicos e pesquisadores que estão produzindo conhecimento científico para a área de paternidade e masculinidade (Medrado, Lyra, Valente, Azevedo & Noca, 2011).

Em síntese, vimos nesse capítulo que gênero é uma categoria construída culturalmente e que ao homem e à mulher são impostos papéis sociais e culturais a seguir.

---

<sup>13</sup> O Programa Empresa Cidadã, instituído pela Lei nº 11.770/2008 e regulamentado pelo Decreto nº 7.052/2009, destina-se a prorrogar por sessenta dias a duração da licença-maternidade e por quinze dias, além dos cinco já estabelecidos, a duração da licença-paternidade (Lei nº 13.257/2016). Receita Federal (2016). Programa Empresa Cidadã. Ministério da Fazenda, Brasil: Governo Federal. Recuperado a partir de <http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/isencoes/programa-empresa-cidada/orientacoes>



Nesse sentido, os homens são culturalmente excluídos da esfera dos cuidados e, logo, isso se reflete quando exercem a paternidade. Confirmamos isso ao verificar dados estatísticos sobre o uso dos tempos de homens e mulheres em tarefas domésticas do Brasil e de Portugal: a mulher é quem assume mais tarefas ligadas ao cuidado com os filhos. Verificamos que faltam estímulos de políticas públicas para a maior participação dos homens, mas, felizmente, esse parece ser um cenário que tem potencial para mudanças positivas nos dois países.

Esses movimentos indicam, mais uma vez, uma possível mudança positiva na figura paterna e no papel do homem na família e esfera privada. Apesar de ainda estarmos enraizados na ideia de que a mulher é naturalmente mais apta a exercer a função de cuidadora, essa parece ser uma ideia que – aos poucos – vai sendo desconstruída.

Além de estarem tornando-se visíveis na sociedade e no cotidiano das famílias, essas transformações provocadas pelos novos papéis assumidos pelo homem, automaticamente passam a ser retratadas na mídia, que captura e reproduz “sentidos e significados ativos que circulam na cultura, produzindo sujeitos e identidades sociais” (Schwengber, 2012). Sabendo da relevância da mídia como um espaço para que novos repertórios de comportamentos, hábitos e identidades sejam ensaiados e reforçados, nos interessamos, neste estudo, em lançar um olhar mais específico para como esse novo pai está sendo representado. No próximo capítulo observaremos a representação midiática da figura do homem/pai. Além disso, tendo como foco nosso objeto de estudo – os blogs – faremos uma revisão de diferentes teorias sobre a parentalidade e paternidade no contexto das mídias digitais.

## **CAPÍTULO II – A FIGURA DO PAI NA MÍDIA: DE ESPECTADOR A PROTAGONISTA**

A mídia, com seu caráter “pedagogizador” (Fischer, 2001; 2002), desde sempre ensinou formas de ser e de viver e exerce relevante influência na sociedade em geral, ao validar e disseminar discursos. Nesse capítulo, realizamos um panorama da representação da figura do homem/pai na mídia tradicional e mostramos como diferentes veículos têm atualizado seus discursos em relação ao papel masculino na parentalidade. Em seguida, apresentamos a revolução proporcionada pelas novas mídias, que agora colocam os utilizadores também como produtores e disseminadores de “verdades”. Ao abrir uma janela de sua intimidade para o mundo, o pai tem a oportunidade de fazer ver um papel até pouco tempo associado à mãe e, assim, reforça para si e para os outros, novas identidades e perspectivas da paternidade. Ainda nesta seção do trabalho, evidenciamos que a era das mídias digitais, além de trazer oportunidades e novas formas de representação ao pai, também pode oferecer novos desafios.

### **II.1 A representação do homem e do pai na mídia tradicional**

“O novo homem está na ordem do dia. São palavras da moda, repetidas à exaustão e reiteradamente reforçadas em revistas, jornais e televisão que apresentam ‘evidências’ dessa mudança e suscitam reflexões” (Ribeiro & Siqueira, 2007, p. 217). Como já abordamos, a cultura ocidental contemporânea atravessa um momento de mudanças no papel do homem na sociedade e, principalmente, na vida privada. Assim, é evidente que a mídia que dá sentido aos mais variados aspectos do mundo e dos sujeitos, produza discursos acerca das identidades e papéis de gênero, abordando direta e indiretamente questões acerca desse assunto (Hennigen & Guareschi, 2008). Fischer (1997) pontua em seus estudos que a mídia opera como produtora e veiculadora de verdades, assumindo um papel pedagógico na medida em que nos ensina modos de existir hoje. Dessa forma, como interpretam Hennigen & Guareschi (2008), a mídia constitui-se como uma autoridade, na medida em que reutiliza e dissemina saberes de diferentes campos.

Ribeiro e Siqueira (2007, p. 218) concordam que a mídia tem um amplo poder na sociedade, nos ofertando “uma infinidade de discursos com os quais interagimos, veiculados em programas dos mais diversos formatos, que contribuem sobremaneira no reforço de

novos temas, atores e interpretações sociais e culturais, o que tem impacto na conformação identitária dos indivíduos”. Podemos pensar, portanto, que a mídia funciona como um espaço para que novos repertórios de comportamentos, hábitos e identidades sejam ensaiados e reforçados. Ao operar e interferir na realidade mundana, os produtos de mídia “filtram e enquadram as realidades cotidianas, através de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo referências para a conduta do dia a dia, para a produção e manutenção do senso comum<sup>14</sup>” (Silverstone, 1999, p. 6, tradução nossa).

Gregolin (2007) nos esclarece também que a mídia veicula discursos com saberes sobre o uso que as pessoas devem fazer “do seu corpo, da sua alma, da sua vida” (p. 18) e que, assim, operam como constituidores de identidades. Um exemplo disso são as representações de homens e mulheres na propaganda, no cinema e em revistas, onde é possível enxergar esses discursos que direcionam as construções identitárias do masculino e do feminino.

Assim, com o surgimento de formas plurais de vivenciar a masculinidade, é possível observar o “papel central cumprido pela mídia [...] ao representar e ampliar o sentido de algumas mudanças em curso e, em especial, ao veicular o surgimento desse novo homem” (Ribeiro & Siqueira, 2007, p. 220). Ao pensarmos nas mudanças pelas quais o homem vem passando e pela nova identidade cultural que vem adquirindo, podemos atribuir aos dispositivos midiáticos um grande peso na consolidação e validação desse momento, compreendendo que “na sociedade contemporânea, a mídia é o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma história do presente” (Gregolin, 2007, p. 16).

Ribeiro e Siqueira (2007) entendem que já ocorre uma modernização dos conceitos de masculinidade. Para os autores, nos últimos anos a mídia abriu espaço para novas questões relacionadas ao gênero e à sexualidade, tendo mostrado flexibilidade nas representações dos papéis sociais das mulheres e, mais recentemente, dos homens. Até pouco tempo, as representações masculinas relacionavam-se ao padrão da masculinidade hegemônica, porém, atualmente “novos modelos e papéis masculinos passam a integrar de forma significativa o repertório da mídia, e uma profusão de enunciados sobre o surgimento de um “novo homem” pode ser encontrado nas páginas de revistas e jornais, ao lado de representações da masculinidade hegemônica” (Ribeiro & Siqueira, 2007, p. 17).

---

<sup>14</sup> Trecho original: “It is in the mundane world that media operate most significantly. They filter and frame everyday realities, through their singular and multiple representations, providing touchstones, references for the conduct of everyday life, for the production and maintenance of common-sense.”

Januário (2013) pontua que, sendo os meios de comunicação grandes disseminadores e produtores de representações, é natural que haja uma atualização do seu conteúdo no que se refere às formas contemporâneas de experienciar a masculinidade. Acompanhando então as mudanças em curso, o homem passa a ser representado e mediatizado com novas características, somadas a sua imagem tradicional. Assim, podemos pensar que ao produzir discursos e ao fazer circulá-los, a mídia contribui para a construção dos lugares sociais do homem e da mulher, do pai e da mãe (Hennigen & Guareschi, 2008). Concordando que identidade de gênero é construída socialmente percebemos que

[...] os media desempenham um papel central neste processo, em especial no que diz respeito à formação dessas identidades e até mesmo às alterações sociais que permeiam o século XXI. As identidades de gênero construídas pelos media assumem grande importância, pois condicionam e reflectem a forma como os membros de uma determinada sociedade categorizam os sujeitos e como a sociedade em si é reproduzida ou modificada. (Januário, 2009, p. 224).

Hennigen & Guareschi (2002) concordam que a mídia tem um lugar privilegiado na circulação de discursos, “tornando-se fonte de referências identitárias” (p. 54). Ao questionarem quais discursos produzidos sobre/para os pais, as autoras afirmam que a forma como o pai vem sendo retratado se alterou profundamente nas últimas décadas. As autoras observam que nos programas televisivos – mesmo que muitas vezes pelo viés do humor – já há uma tentativa de modificar a imagem do pai, de romper com os padrões conservadores e antiquados.

Esse movimento de atualização também é percebido na publicidade, onde é constante o uso de estereótipos de gênero. Januário (2009) acredita que até o feminismo questionar e reivindicar as diferenças atribuídas aos homens e às mulheres, a publicidade refletia uma sociedade com valores machistas, reproduzindo imagens estereotipadas, onde o homem aparecia como o sexo forte, dominador de classes e provedor. Após a segunda parte da década de 1990, a autora acredita que o homem passa a ser representado como mais participante, mais sensível e mais vaidoso. As marcas alimentam e aproveitam então essa nova (e vendável) imagem e o homem másculo vai perdendo espaço.

Já para Fernandes (2015), que investigou e comparou spots publicitários brasileiros e portugueses, poucas marcas fogem dos estereótipos de gênero clichês. Para a autora, tanto no Brasil como em Portugal, há uma resistência da equipe criativa na discussão de novas representações de gênero e acaba optando-se por, no máximo, apresentar a imagem do

feminino e do masculino, “em uma nova embalagem, mas com o mesmo sabor de sempre” (Fernandes, 2015, p. 179). Ou seja, desde que esteja conforme o gosto do cliente anunciante, deixa-se comodamente que permaneçam os velhos formatos, somente com um novo visual gráfico.

O artigo do *Huffington Post*, *From Parenttech To Healthy Chocolate: 10 Key Parenting Trends For 2017* (Williams, 2016), indica que uma tendência atual na publicidade é colocar cada vez mais pais nas propagandas dirigidas às crianças. Percebendo a importância que a figura do pai vem ganhando na esfera familiar, a publicidade parece então abrir espaço em um terreno até pouco tempo dominado pela mãe. O homem/pai passa a ser percebido como um potencial *target* e emerge a necessidade de representá-lo também.

Se afastando do campo da publicidade e propaganda, Francis-Connolly (2003) expõe a ideia de que os media são ainda uma plataforma onde constantemente a parentalidade é discutida, especialmente em revistas, livros e na televisão. Nesses veículos, diversas informações e conselhos são veiculados e, assim, pais e mães constroem sua ideia do que é ser um bom pai e uma boa mãe. Em um estudo recente, a autora analisa as principais revistas sobre parentalidade dos Estados Unidos e destaca que ainda há uma separação de gênero nos artigos e fotografias veiculadas, carregando uma forte mensagem cultural sobre o materno/paterno.

É evidente que há uma mensagem clara de que as mulheres continuam como cuidadoras, enquanto que os pais são menos visíveis e aproveitam os aspectos mais divertidos de criar um filho pequeno, como jogar jogos e fazer atividades esportivas. Essas imagens permanecem mesmo com a entrada da mulher no mercado de trabalho, há duas décadas, e mesmo com a segunda onda do movimento feminista<sup>15</sup>. (Francis-Connolly, 2003, p. 184, tradução nossa).

No cinema, o tema paternidade também parece transitar entre os modelos mais tradicionais aos mais contemporâneos. A partir do conceito de paternidade pós-feminista, por exemplo, Åström (2015) analisa como os filmes de animação *Cloudy with a Chance of Meatballs* (2009) e *Chicken Little* (2005) constroem/reproduzem/representam o “novo pai”, que surge em oposição ao pai distante e autoritário. Em contraste com os filmes dos anos 80

---

<sup>15</sup> Trecho original: “It is evident that there is a clear message that women remain the caretakers while fathers are less visible and enjoy the fun aspects of parenting young children, such as playing games and engaging in sport activities. These images remain despite women's entrance over two decades ago into the paid labor force, and the second wave women's movement.”

e 90, onde os filhos viviam para suprir as expectativas do pai, nesses filmes mais atuais é demandada uma nova atitude do pai, quando ele deve adaptar-se às necessidades dos filhos. O artigo da autora argumenta que os filmes oferecem uma mensagem didática tanto para pais como para filhos, sugerindo que os antigos modelos de paternidade não são mais viáveis e que é urgente uma nova cultura de paternidade, que desafie a masculinidade hegemônica e que seja definida pela capacidade do pai de cuidar e dar amor ao seu filho.

Por outro lado, Hamad (2013), em *Postfeminism and paternity in contemporary US film: Framing fatherhood*, faz uma crítica à representação do pai no cinema contemporâneo. Para ela, a masculinidade hegemônica predomina no cinema americano e as representações masculinas na paternidade passam a mensagem de que qualquer homem podem recuperar sua reputação e alcançar a redenção através do simples fato de se tornar um pai.

Ao refletirmos sobre a representação que as diferentes mídias fazem da figura do homem/pai contemporâneo, podemos pensar, portanto, que “a produção de imagens, sob formatos variados e aliadas a tecnologias diversas, pode auxiliar-nos na tarefa de (re) conhecer e compreender o mundo” (Januário, 2016, p 169). Entretanto, é importante compreender que essas imagens são ajustadas pelo olhar do autor (produtor) e, portanto, esse acaba moldando-as de acordo com suas referências (cultura, história e sociedade), além de poder moldá-las para a normatização de um discurso e/ou representação para seu próprio benefício. Possivelmente por estarmos vivendo um período de transição cultural, é possível perceber na mídia a circulação de mensagens contraditórias: por um lado atualiza-se e encoraja-se novos comportamentos, por outro reforça-se imagens e potencializa-se discursos oriundos de antigos padrões.

Dessa forma, Gregolin (2007) questiona a relação dos sujeitos com os discursos midiáticos: “Será a identidade uma imposição ‘de fora’, que pressupõe a passividade de um sujeito-receptáculo formatado por moldes produzidos em outros lugares?” (p. 23). Paula Sibilia ressalta então sobre uma “fome de realidade” intensificada nos últimos anos, “que incita tanto a exibição como o consumo de vidas alheias e reais” (Sibilia, 2016, p. 61). Opondo-se à mídia tradicional, que opera como produtora e veiculadora de verdades nos ensinando modos de existir hoje (Fischer, 2001; 2002), as novas mídias abrem espaço para novas vozes e novas “verdades”, permitindo uma construção coletiva de saberes, onde o “eu” retoma o controle e pode tornar-se o protagonista (Sibilia, 2016).

## II.2 Novas mídias: da construção de si ao conhecimento coletivo

Quando as redes informáticas começaram a tecer seus fios ao redor do planeta, tornou-se evidente que algo estava mudando de modo radical; e o futuro ainda promete mais consumações dessa metamorfose, que vêm se gestando num ritmo cada vez mais vertiginoso de atualizações e mudanças. Nos meandros desse ciberespaço de escala global, foram germinando novas práticas de difícil qualificação, inscritas no então nascente âmbito da computação mediada por computador. São rituais bastante variados, que brotaram em todos os cantos do mundo e não cessam de ganhar novas modalidades e mais adeptos dia após dia. (Sibilia, 2016, p. 19).

É inegável que nossa sociedade sofre relevante influência da mídia tradicional, porém, na contemporaneidade percebe-se “uma crescente e incessante utilização das novas mídias para a veiculação de certos enunciados (e discursos) e seus efeitos de sentido, contribuindo tanto para o delineamento do pensamento coletivo, quanto para a sugestão à formação cultural dos sujeitos” (Mello, Gregolin & Fatima, 2014, p. 1). Lemos (2002, p. 2) acredita que essa emergência de páginas e canais pessoais “está associada a novas possibilidades que as tecnologias do ciberespaço trazem de liberação do pólo da emissão, diferentemente dos mass media que sempre controlaram as diversas modalidades comunicativas”. É um espaço onde o “eu” parece ter encontrado um lugar de destaque e visibilidade (Valadares, 2011).

Sibilia (2016) retoma a origem dos novos meios, lembrando que inicialmente surgiu o correio eletrônico, uma mistura do telefone com a velha correspondência. Depois disso, popularizaram-se os chats ou salas de bate-papo, que progrediram para sistemas de mensagens instantâneas (como o MSN) e, enfim, nas populares redes de interação social, como *Facebook*, *Twitter*, *Likedin*, *Instagram* e *Pinterest*. Ao mesmo tempo, consolidaram-se os sites que facilitaram o compartilhamento de vídeos caseiros, nomeadamente o *YouTube*. Esses são espaços onde

[...] milhões de usuários de todo planeta – gente considerada comum, como eu e você – têm se apropriado das diversas ferramentas disponíveis online, que não cessam de se expandir, e as utilizam para expor publicamente aquilo que algum tempo atrás teria sido protegido por fazer parte da intimidade. (Sibilia, 2016, p. 52).

Com a consolidação do uso cotidiano da internet e dessas ferramentas, surgem cada vez mais novas possibilidades de interação com a mídia. Verbos como “postar, blogar e taguear” caracterizam novas atividades e marcam o uso das mídias sociais (Lim, Chung & Weaver apud Primo, 2012). Primo (2012) busca diversos autores para definir o significado

das mídias sociais e, por fim, entende que elas abrigam um “grupo de aplicativos baseados na Internet construídos a partir das fundações ideológicas e tecnológicas da Web 2.0, e que permitem a criação e intercâmbio de Conteúdo Gerado pelo Usuário” (Kaplan & Haenlein, apud Primo, 2012, p. 623).

Nesse guarda-chuva estão também os blogs, “práticas contemporâneas de escrita online, onde usuários comuns escrevem sobre suas vidas privadas, sobre suas áreas de interesse pessoais ou sobre outros aspectos da cultura contemporânea” (Lemos, 2002, p. 3). O blog, como explica Recuero (2002), surgiu por volta de 1995 como uma ferramenta simples de criar conteúdo dinâmico em um *website*. Ele é baseado principalmente em dois aspectos: microconteúdo, ou seja, pequenas porções de texto (chamadas “posts”) e pela atualização frequente.

Sibilia (2016) descreve o fenômeno dos blogs como upgrades dos antigos diários de cabeceira, que configuram novas formas de se estar (e ser visto) no mundo. Para a autora, há um paradoxo: se antes os segredos íntimos eram guardados nos diários a sete chaves, hoje em dia eles estão disponíveis para o mundo inteiro. É imensa a variedade de assuntos espalhados pelos blogs e, por mais que muitos tenham um caráter jornalístico, para Sibilia (2016) eles são, na maioria, de caráter confessional.

Fazendo uso de técnicas de confissão, os *bloggers* constroem e afirmam suas identidades (Mello et al., 2014), ao mesmo tempo em que (re)produzem ideias e influenciam sua audiência. Sibilia (2016) concorda ao afirmar que a internet tem ajudado bastante para que cada um “se torne o que/quem é, visto que permite a qualquer um dar um testemunho público e cotidiano da sua vida particular. Döring (apud Recuero, 2009) analisa o fenômeno da construção da identidade na internet através das páginas pessoais e indica que blogs são apropriações individuais do ciberespaço como forma permanente de construção de si:

O comum aos conceitos de “identidade cultural”, “identidade narrativa”, “self múltiplo”, “self dinâmico” e “self dialógico” é o foco da construtividade, mudança e diversidade. Precisamente os aspectos que são encontrados nas páginas pessoais. A página pessoal está sempre “em construção”, pode ser regularmente atualizada para refletir as últimas configurações do self. (Döring apud Recuero, 2009, p. 26).

Recuero (2009) também elucida que os blogs nem sempre são 100% sobre a vida do autor. As páginas podem misturar posts informativos, com notícias, dicas e comentários. No geral, os blogs têm um tema central que une todas as postagens, como é o caso dos blogs de



paternidade/maternidade. Lemos (2002) comenta que em muitos casos o blog opera tanto como um diário online (com a exposição da intimidade e fatos pessoais), quanto como uma fonte de notícias e informações relacionadas a um determinado assunto.

Em “Vitrines da intimidade na internet: imagens para guardar ou para mostrar”, Sibilia e Diogo (2011) revelam ainda as transformações que a internet e as mídias sociais trouxeram para a forma de captar, armazenar e exibir fotografias íntimas. As autoras argumentam que “o valor que se dava à fotografia e aos álbuns de família antigamente, como algo sagrado e revelador de uma intimidade e identidade, agora foi substituído por novos hábitos, onde a fotografia é mais descartável e exposta” (Sibilia & Diogo, 2011, p. 133). Na era digital, as fotografias não se limitam mais a um grupo de pessoas que folheavam um álbum no espaço familiar, os registros visuais cotidianos são exibidos em blogs, em redes sociais como *Facebook* ou *Instagram*, ou ainda em sites para a troca de vídeos, como o *YouTube*. Além de termos a possibilidade de exibir imagens da nossa própria intimidade, temos acesso aos registros de milhões de pessoas, conhecidas ou não.

Além disso, o fato de que hoje essas imagens possam ser vistas por seres alheios ao círculo familiar – ou, inclusive, pelo máximo de gente possível –, não desperta pudores nem constrangimentos. Ao contrário disso, costuma até provocar uma agradável sensação de sucesso em quem as produziu ou protagonizou. (Sibilia & Diogo, 2011, p. 134).

Observamos, assim, os diferentes impactos que as novas mídias têm na forma como nos comunicamos, nos (re)conhecemos no mundo, nos mostramos aos outros e no modo como buscamos e temos acesso às informações. Ter à disposição diversos conteúdos gerados por pessoas comuns pode ser muito rico na medida em que nos mostra experiências verdadeiras, nos acrescenta conhecimento e nos coloca em conexão com pessoas, ideais e interesses paralelos aos nossos. Assim, nos propomos a seguir a pensar como as mídias digitais são domesticadas (Silverstone, 1994) e incorporadas no dia a dia de pais e mães.

### **II.3 Ser pai na era digital**

Como vimos, nos últimos anos a Internet se converteu em um meio extremamente potente onde, além de muitas outras utilidades seja no sentido prático como no simbólico, qualquer um pode ser produtor de conteúdo. Nesse contexto, canais com conteúdos sobre parentalidade são cada vez mais comuns e criam oportunidades de construir comunidades

virtuais sobre assuntos de comum interesse, fornecendo informações, suporte e conselhos (Burrows, Nettleton, Please, Loader & Muncer, 2000). Podemos dizer, portanto, que os pais da era digital têm a oportunidade de ajudar a criar um “terreno propício para experimentar e desenvolver novas subjetividades e outras formas de se relacionar com os demais” (Sibilia, 2016, p. 52/53).

### *II.3.1 Ser pai com uma rede de apoio*

Damkjaer (2017), que estuda os “pais mediatizados”, comenta que as plataformas digitais são essenciais ao ajudar homens e mulheres a compreenderem e incorporarem seus papéis como pai e mãe.

Os novos pais de hoje têm acesso a recursos de informação e comunicação com volume, velocidade e escopo sem precedentes, proporcionando novas oportunidades para se envolver e se comunicar sobre paternidade e vida familiar (por exemplo, websites e comunidades on-line para pais, aplicativos de gravidez e sites de redes sociais). As tecnologias móveis tornaram a abundância de tipos de mídia – e seus usuários – constantemente disponíveis. A mídia digital tornou-se parte integrante da transição para a parentalidade, não apenas como ferramentas para encontrar informações e construir ou manter relações sociais, mas também como parte dos rituais que marcam a transição simbólica de um papel social para outro. (Damkjaer, 2017, p. 2/3, tradução nossa)<sup>16</sup>.

Ferreira (2017) concorda que a internet tem uma eficácia muito alta no apoio ao papel parental e salienta que a web opera não apenas como uma fonte de informação, mas também um instrumento de suporte e instrução. Segundo a autora, os pais cada vez mais têm confiado no conteúdo que encontram na internet e sentem-se confortáveis por terem a possibilidade de navegar e se manifestar anonimamente, a qualquer hora e em qualquer lugar. Além disso, apreciam a oportunidade da troca e interação com outros pais e sentem-se acolhidos, o que muitas vezes não acontece no próprio núcleo familiar.

O suporte online, seja na troca de experiências ou na obtenção de informações técnicas, faz com que os pais se tornem mais ativos e cientes do papel que desempenham

---

<sup>16</sup> Trecho original: “Today’s new parents have access to information and communication resources with a volume, speed and scope that is unprecedented, providing vast new opportunities for engaging in and communicating about parenthood and family life (e.g. websites and online communities for parents, pregnancy apps and social network sites). Mobile technologies have made the abundance of media types – and their users – constantly available. Digital media have become an integrated part of transitioning to parenthood, not only as tools for finding information and building or maintaining social relations, but also as part of the rituals that mark the symbolic transition from one social role to another”.

(Suarez, Rodrigo & Muneton, 2016). Assim, mesmo que a principal motivação da mãe e do pai na participação online seja encontrar caminhos para promover um melhor desenvolvimento para os filhos, essa ação parece ser também motivada para que cada um possa se desenvolver e se descobrir enquanto pais. Com a explosão de sites, blogs e canais criados de pais para pais, a tecnologia parece transformar a forma como criamos os filhos atualmente (Williams, 2016).

### *II.3.2 Novos espaços para (re)construir a experiência de ser pai*

Esses novos espaços midiáticos, como explica Ranson (2017), eram até pouco tempo dominados por mulheres/mães, que criaram blogs, sites, fóruns e canais em redes sociais, como *Facebook*, *YouTube* e *Instagram*, para discutir a parentalidade, sob a perspectiva feminina, exclusiva da maternidade. Entretanto, como observa a autora, esse cenário está em transição, pois vem crescendo o número de blogs e canais digitais assinados por homens/pais. Muitos desses pais expõem na web sua intenção de reformular o entendimento comum sobre o tema paternidade e posicionam-se como cuidadores competentes que estão completamente engajados com a sua família. Após o *boom* das “mães blogueiras”, chegou a hora do homem/pai também ter voz.

Ao pesquisar e acompanhar de perto o fenômeno dos blogs de paternidade, Ranson (2017) identificou que um dos maiores benefícios associados à prática é a oportunidade de se criar uma comunidade com os outros pais leitores, desenvolvendo um relacionamento e uma troca valiosa. Outra dimensão observada na comunidade dos “pais blogueiros” é o crescimento do alcance que esses pais podem ter. Ranson (2017) mostra que esse alcance pode ter como consequência tanto um maior impacto positivo na “vida real” (materializando em ações discursos veiculados sobre a “paternidade ativa”), como uma a profissionalização desses pais, que estão sendo percebidos por anunciantes como propagadores de um produto ou marca.

Da mesma forma, esse alcance e reconhecimento valida a posição desses pais como “experts”, sendo esses muitas vezes chamados para ser fonte de informação em entrevistas, como uma voz da paternidade ativa. Enquanto que no final do século XX diversos especialistas (médicos, psicólogos, nutricionistas, etc.) invadiram os espaços midiáticos ensinando “como criar/educar bem uma criança”, as novas tecnologias do século XXI permitem que as mães, e também os pais, se incluam na categoria de peritos (Tomaz, 2015).

Ammari e Schoenebeck (2015), apontam que os pais/homens tem diversas motivações para fazer uso das redes sociais. “Aprender a ser pai” está entre elas, pois através do depoimento e experiência de outros pais, podem fazer uma espécie de “curadoria” e filtro para validar se o que estão fazendo está “correto”, além disso, as redes sociais são utilizadas para documentar, arquivar e compartilhar suas vidas como pais. Por fim, outra motivação apontada pelos autores é o acesso a redes de suporte e grupos fechados, onde podem tirar dúvidas e ter apoio em questões práticas e emocionais. Os autores destacam que os pais que tem blogs gostam de usar essa plataforma, pois ali têm mais espaço para se expressar, em comparação com *Facebook* e *Instagram*, por exemplo.

Para Carias e Granato (2015) o ato de escrever um blog também tem um valor alto para o pai ao operar como uma ferramenta que auxilia a processar e reconfigurar a experiência da paternidade. Nesse sentido, podemos considerar que esses blogs funcionam como

[...] narrativas virtuais que comunicam experiências significativas de vida de pais que optaram por compartilhá-las com seus leitores, por meio de posts que se sucedem ao longo de uma linha de tempo. [...] A notícia da paternidade parece desencadear o intenso processo psíquico que opera a transição para a paternidade. Neste sentido, o diário virtual figura como novo recurso no processo de (re)construção de sentidos para a experiência paterna, tal como as antigas escrituras parentais e/ou diários de nascimento permitindo sua elaboração. (Carias & Granato, 2015, p. 2).

Damkjaer (2017) destaca ainda que em sua pesquisa muitos pais/homens relataram que o *Facebook* – onde podem dividir experiências e postar fotos e novidades dos seus filhos – é um lugar onde eles conseguem expressar seu novo papel social como pais, um papel que os homens tradicionalmente não têm socializado, na medida em que a cultura ocidental equipara, principalmente, a parentalidade com a maternidade.

### *II.3.3 Desafios e dúvidas sobre o compartilhar*

As mídias digitais, como vimos, nos dão ferramentas para que facilmente possamos compartilhar experiências e dividir nosso dia a dia. Com a popularização dos *smartphones* e das câmeras nos telemóveis, fica cada vez mais fácil produzir e colocar em circulação imagens caseiras e do cotidiano (Sibilia & Diogo, 2011). Seja pelos blogs, *Facebook* ou *Instagram*, o compartilhamento de fotografias dos filhos, por exemplo, nos faz pensar nas motivações e consequências dessa ação.

Blum-Ross (2015) coloca em questão se o “*sharenting*” (termo que mistura *share*/compartilhar com *pareting*/parentalidade) seria uma forma de “narcisismo digital” ou uma maneira de manter o círculo social informado sobre o filho, de partilhar um momento agradável ou simplesmente querer registrar uma memória. A autora acredita que no caso de pais que tem blogs, pode ser uma maneira de fazer um “marketing pessoal”. Blum-Ross (2015) avalia que compartilhar fotografias dos filhos preocupa, em especial, os pais que têm uma maior consciência do futuro dos seus filhos, pois esses podem em algum momento questionar o porquê de suas imagens estarem circulando na web. Aparentemente, é uma decisão que não se sabe ainda as consequências, mas que cabe a cada pai assumir a responsabilidade futura pelos caminhos que optar.

Ao analisar essa era do “*sharenting*”, Sibilia e Diogo (2011) nos mostram que se inverteu a lógica de guardarmos momentos especiais como tesouros, divididos somente com pessoas especiais. Atualmente,

[...] vivenciamos uma ruptura com respeito àquela tradicional preocupação de registrar e guardar para sempre umas poucas imagens muito bem selecionadas, rumo a um insólito desejo de registrar e exibir rapidamente uma infinidade de imagens. [...] Trata-se de uma nova dinâmica sociocultural que se configura junto com outros tipos de subjetividades, e as imagens íntimas desempenham um papel central neste processo porque – tanto naqueles tempos modernos que já estão envelhecendo como na vertiginosa atualidade – supõe-se que elas são capazes de revelar aquilo que se é. (Sibilia & Diogo, 2011, p. 135).

Nesse contexto digital, Blum-Ross (2015) aponta que novas pressões sociais surgem, pois há um estímulo ao compartilhamento, visto que é esperado que os pais postem sempre fotos e dividam as novidades da família na rede. Os pais da atualidade deparam-se então com uma série de preocupações e decisões a tomar, nomeadamente ao que diz respeito às questões de privacidade, autoexposição, devendo encontrar sua estratégia de comunicação parental.

Já Rahali (2017) chama a atenção para o fato de que com a proliferação das redes sociais, os pais se veem bastante envolvidos na “representação” deles na internet, assim como na representação dos seus filhos. Isso acaba por gerar uma preocupação na família, no que diz a respeito à construção mediada de sua realidade, especialmente quando se trata de apresentar uma imagem da família perfeita. A pesquisadora aponta que apresentar uma paternidade/maternidade pensada com todos os detalhes pode gerar em outros pais uma grande frustração e expectativas irrealistas, pois na realidade, criar um bebê ou uma criança está longe de ser algo perfeito.

### *II.3.4 Mediação parental*

Outra questão vivida pelos pais da era digital, se refere ao uso que os filhos (desde bebês) fazem das novas tecnologias. Assim como já aconteceu quando surgiram o cinema, o rádio, os *comics* e a televisão (Ponte, 2012), a recente massificação da internet parece estar gerando preocupações aos adultos sobre seus potenciais perigos frente às crianças. Assim, equalizar os riscos e oportunidades dessas novas mídias, auxiliando na mediação e regulação do seu uso é outro grande desafio de ser pai/mãe na era digital.

Em tempos de múltiplos ecrãs, cabe então uma atenção extra ao uso que a família faz de diferentes dispositivos. Comparados com a TV, por exemplo, os tablets, telemóveis e computadores se mostram mais complicados de serem “administrados” pelos pais, pois possuem uma tecnologia muito mais complexa e também pela falta de familiaridade de muitos pais com os novos aparelhos (Livingstone, Mascheroni, Dreier, Chaudron & Lagae, 2015).

A pesquisa “Crescendo entre ecrãs: Usos de meios eletrónicos por crianças (3-8 Anos)” (Ponte, Simões, Baptista, Jorge & Castro, 2017) realizada com famílias de Portugal, aponta que as crianças que utilizam a internet o fazem sobretudo através de dispositivos móveis e, dessa forma, há uma maior dificuldade de os pais estarem por perto e supervisionarem o uso desses aparelhos. Assim, em uma realidade onde já não conseguimos mensurar o número de horas em que passamos conectados, é um desafio para os pais “arquitetarem” a relação que a família irá estabelecer com os novos produtos de mídia, tendo em vista que “os pais têm um papel central [...] desde escolherem espaços comuns da casa, por onde circula a criança, quando acedem à internet, à decisão de introduzir ou não a criança nessa rede, facilitando ou barrando seu acesso a plataformas e aplicações como YouTube, jogos, etc.” (Ponte et al., 2017, p. 69).

Para Blum-Ross e Livingstone (2016), independente da conduta escolhida pelos pais, o importante é ajustar as suas estratégias aos interesses, necessidades e idade da criança, tendo em vista que a criança precisa de suporte e encorajamento em todas as faixas etárias, da infância à adolescência.

### II.3.5 Nova era e novos pais

Essas e outras ansiedades parecem surgir com mais força em uma geração de pais que têm uma relação muito forte com as novas mídias. Ao olharmos para os pais blogueiros, identificamos que eles são em sua maioria nativos digitais, da geração Millennial<sup>17</sup>, caracterizada por ser a primeira a crescer e a socializar-se na era digital. Duarte (2014) aponta que os Millennials “assumem características completamente diferentes das gerações anteriores pelo facto de terem crescido com as tecnologias e com os media digitais enquanto agente de socialização [...] tomando-a como um hábito, mais do que uma ferramenta” (p. 6/7).

A pesquisa *The Millennial Parenthood Brief: Inside the life of modern parents*<sup>18</sup> (Barkley US, 2017) traz dados interessantes para refletirmos sobre os “pais millennials”. Imersos na cultura digital, eles têm a internet como grande aliada para desenvolverem-se como “bons pais”: 71% das mães e pais millennials recorrem às páginas da internet ou às redes sociais para pesquisar informações e conselhos que possam auxiliar na parentalidade, tornando-os uma geração muito bem informada. O estudo mostra ainda que a cultura das redes sociais promove a esses pais uma grande oportunidade de autoexpressão e autodescobrimento:

O mundo online - e as mídias sociais em particular - deram aos Millennials uma plataforma para alcançar o mundo. Esse ambiente aumentou significativamente o nível de exposição que os Millennials e os pais experimentam à medida que suas ações, opções e identidades pessoais são ampliadas on-line. (Barkley US, 2017, tradução nossa).<sup>19</sup>

Os pais/homens dessa geração são muito mais participativos nos cuidados com os filhos e conscientes da importância da igualdade de gênero, como aponta a pesquisa *Millennial Dads: Equal Partners in Parenting*<sup>20</sup> (2015), formulada pelo site Baby Center. Esse estudo reforça a ideia de que a internet é fundamental para a consulta sobre as mais diversas questões sobre a paternidade, desde sugestões de atividades para fazer com os

<sup>17</sup> Os Millennials (ou geração Y, Net generation, Digital Natives...) ganharam o nome por serem as crianças do novo milênio. Nascidos sensivelmente entre os anos 80 e o fim do milênio (Duarte, 2014).

<sup>18</sup> Recuperado a partir de <https://www.barkleyus.com/millennialparents/>

<sup>19</sup> Trecho original: The online world – and social media in particular – has given Millennials a platform to reach the world. This environment has significantly increased the level of exposure Millennials and parents experience as their actions, options and personal identities are amplified online.

<sup>20</sup> Recuperado a partir de <http://storage.googleapis.com/think/docs/babycenter-millennial-dads-study.pdf>

filhos, até dúvidas específicas e também para se inspirarem com outras experiências. A maioria acessa principalmente sites assinados por “experts” em parentalidade (35%), mas logo em seguida recorrem aos blogs/redes sociais de pais “comuns” (24%).

Assim, podemos pensar que esses “novos pais” estão expandindo tanto sua participação no lar, como também no meio online. Nesse tempo em que os homens constroem novos sentidos para a experiência da paternidade, as novas mídias, portanto, exercem um papel fundamental. Servindo de espelho para outros pais, os canais de mídia digital parecem refletir e redefinir em nível global a identidade do “novo pai”. Da mesma forma que as mídias tradicionais circularam discursos e verdades sobre a figura do homem/pai, as novas mídias conduzem seus atores para diferentes saberes.

Nos interessa neste trabalho compreender como os blogs criados por pais podem contribuir para gerar novos significados acerca da paternidade e, indiretamente, da masculinidade. Para isso, analisamos como se apresentam os blogueiros, quais os principais temas abordados em suas plataformas de comunicação e como exploram questões ligadas à paternidade ativa e à igualdade de gênero. Observamos também como se posicionam frente aos desafios e benefícios de serem pais inseridos no contexto digital.



### CAPÍTULO III – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

Neste capítulo abordamos sobre a metodologia escolhida para a investigação proposta neste trabalho, considerando metodologia um “conjunto de técnicas e procedimentos que ajuda na ‘produção’ do descobrimento, fazendo a resposta aparecer” (Silva, 2010, p. 19). Tendo em vista o objetivo principal deste estudo, que é analisar e compreender as diferentes formas como os blogs assinados por pais podem contribuir para construir novos significados e representações acerca da paternidade contemporânea, analisamos o conteúdo em circulação em quatro blogs temáticos. Partindo desse objetivo geral, buscamos refletir sobre as seguintes questões:

1. Quais as principais temáticas abordadas nos blogs?
2. Quais são as vozes por trás das postagens?
3. Quais os tons que os blogueiros assumem ao se dirigirem a sua audiência?
4. A “paternidade ativa” é incentivada nos conteúdos dos blogs?
5. Como os blogueiros se posicionam quanto às questões ligadas à masculinidade e à igualdade de gênero?
6. Como os blogueiros respondem aos desafios e benefícios de serem pais digitais?
7. Como a profissionalização dos blogs de paternidade pode influenciar seus conteúdos?

Para então refletirmos sobre essas questões, utilizamos um método com enfoque na Análise de Conteúdo, que permitiu uma observação mais detalhada na mensagem transmitida/comunicada por esses pais. A Análise de Conteúdo situa-se no cruzamento dos métodos quantitativos com os qualitativos e é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza processos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens (Bardin, 2011). É uma prática que “engloba as iniciativas de explicitar, sistematizar e expressar o conteúdo das mensagens, com a finalidade de se obter deduções lógicas e justificadas a respeito da origem e do significado dessas mensagens” (Bardin apud Januário, 2016, p. 282). Além disso,

[...] permite combinar a avaliação qualitativa individual dos elementos da amostra com uma sistematização quantitativa, por categorização, compatível com o volume de dados envolvidos. Além disso, a Análise de Conteúdo pode ser realizada a partir de categorias previamente definidas (AC Dedutiva) ou de modo indutivo (AC Indutiva), agrupando unidades conforme similaridades que se revelam ao longo da própria observação até chegar a categorias emergentes da própria amostra. (Fragoso, Recuero & Amaral, 2011, p. 163).

Na Análise de Conteúdo de materiais retirados da internet, destaca-se uma grande vantagem, que é o caráter de registro histórico dos arquivos midiáticos. Cada vídeo/foto/post é carregado de uma linguagem específica que denota uma época. Dessa maneira, constitui uma “memória social de um tempo” (Dornelles & Medeiros, 2014, p. 209) e, no caso deste trabalho, permitiu transparecer a marca cultural de um tempo, especificamente a manifestação midiática do fenômeno da paternidade ativa.

Conforme esclarece Bardin (2011, p. 125), a Análise de Conteúdo – tanto em posts de internet como em outros formatos de mídia – “organiza-se em torno de três polos cronológicos: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a interferência e a interpretação”. A fase da pré-análise inicia-se a partir da delimitação do que será observado e analisado, é quando “as ideias iniciais são operacionalizadas e sistematizadas, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas” (Bardin, 2011, p. 125).

Dornelles e Medeiros (2014) apontam que a principal fase da Análise de Conteúdo é a exploração do material, momento em que serão investigados os temas de estudo e confirmadas as hipóteses especulativas. Por fim, temos a interpretação dos resultados, onde “o analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas” (Bardin, 2011, p. 101). A partir do conteúdo analisado podemos dizer que são deduzidos e produzidos saberes.

Retomando então a metodologia escolhida para este trabalho, optamos pela Análise de Conteúdo para obtermos resultados quantitativos e, sem seguida, uma análise qualitativa sobre o conteúdo das peças. Além da Análise de Conteúdo qualitativa e quantitativa, fizemos uso também de técnicas da netnografia.

Montardo e Passerino (2006) destacam que a netnografia aplicada ao estudo de blogs apresenta como possibilidades “a exploração da comunicação multimídia, permitindo contar com dados coletados em texto, áudio e vídeo, recursos que podem enriquecer a observação dos estudos etnográficos tradicionais” (p. 8). Além disso, as autoras destacam a facilidade de busca e coleta de informações, a amplitude da coleta e do armazenamento (no tempo e no espaço) e o desdobramento da pesquisa com rapidez.

### III.1 Escolha do corpus

A proposta desse trabalho não foi estabelecer uma comparação entre Brasil e Portugal. Contudo, sendo a investigadora brasileira estudando em Portugal, julgamos pertinente observar como se comportam os blogueiros dos dois países, destacando posteriormente possíveis semelhanças e diferenças no conteúdo de suas comunicações. Dessa forma, foi delimitado o número de dois blogueiros por país, quatro no total. Embora seja um número pequeno, eles proporcionaram variedade quanto aos estilos e abordagens. A premissa foi escolher pais que tivessem blogs – foco principal da pesquisa – e também *Instagram*, plataforma onde observamos as postagens que tiveram maior repercussão.

O levantamento dos blogs foi feito no site de busca Google, através da pesquisa pelas palavras chave “blog” + “pai” + “Brasil/Portugal”. Após encontrar algumas opções, foram traçados alguns critérios para a seleção dos blogs, como 1) pais que falassem da sua experiência própria de paternidade; 2) pais que mantivessem uma certa frequência nas suas postagens e 3) pais que se manifestassem em diferentes plataformas digitais.

Os blogs/pais selecionados foram: em Portugal, o blog *O Melhor Pai do Mundo*, disponível no endereço “<http://omelhorpaidomundo.pt/>” e no *Instagram* pelo perfil “@omelhorpaidomundo.pt”, conforme Figura 1. E o blog *Cenas e Coisas de um Pai*, disponível no endereço “<https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/>” e no *Instagram* pelo perfil “@cenasecoisasdeumpai”, como apresenta a Figura 2.

Figura 1 – Print screen tela blog *O Melhor Pai do Mundo*



Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de *O Melhor Pai do Mundo* (2017, 2 agosto)<sup>21</sup>.

Figura 2 – Print screen tela blog *Cenas e Coisas de um Pai*



Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de *Cenas e Coisa de Um pai* (2018)<sup>22</sup>.

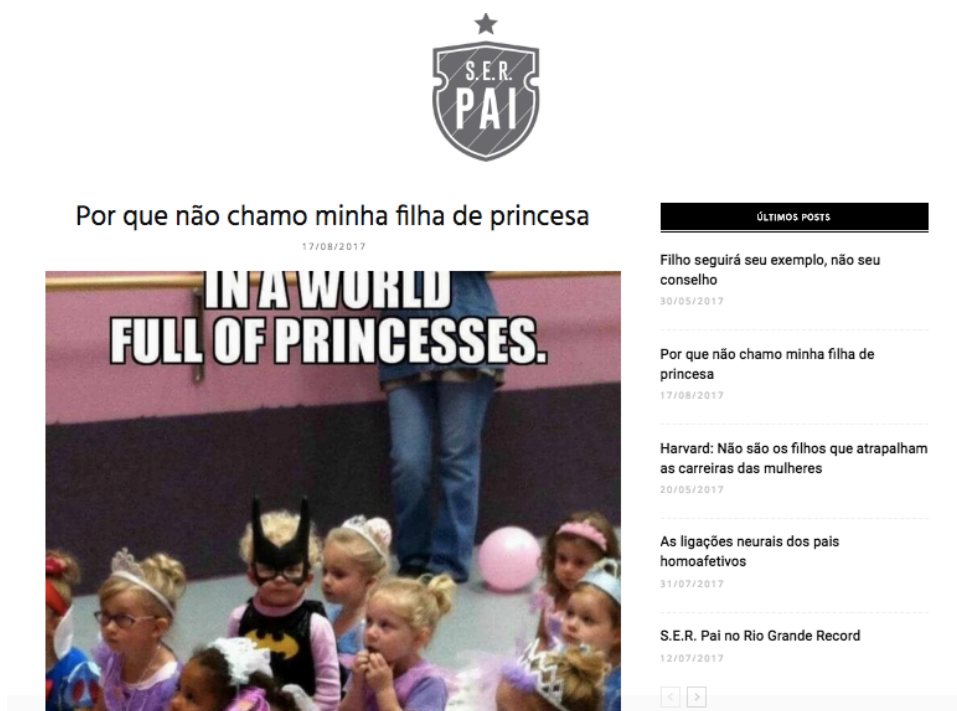
Já no Brasil foram escolhidos outros dois blogs. O primeiro, intitulado *Canal S.E.R PAI*, disponível no endereço “<http://www.canalserpai.com.br/site/>” e no *Instagram* pelo perfil “@canalserpai”, como apresenta a Figura 3. E o blog *Paizinho, vírgula!*, disponível

<sup>21</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/2017/08/>

<sup>22</sup> Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/>

no endereço “<https://paizinhovirgula.com/>” e no *Instagram* pelo perfil “@paizinhovirgulaoficial”, conforme Figura 4.

Figura 3 – Print screen tela blog Canal S.E.R. PAI



Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de Canal Ser Pai (2017, 17 agosto).

Figura 4 – Print screen tela blog Paizinho, vírgula!



Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de Paizinho, Vírgula! (2017, 13 agosto)<sup>23</sup>.

<sup>23</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/dia-dos-paizineos-youtube/>

Os blogs selecionados, apesar de falarem do mesmo tema, têm maneiras singulares na forma e conteúdo das suas comunicações. Foi uma opção nossa trabalhar com essa diversidade. É importante salientar que nosso foco foi nas postagens dos blogs e não nos comentários gerados em cada publicação. Embora saibamos da importância da interatividade gerada e proporcionada por essas plataformas, optamos por explorar apenas o lado comunicado pelo blogueiro.

### **III.2 Coleta de dados**

A recolha do material foi feita pelo espaço temporal de seis meses, de agosto de 2017 a janeiro de 2018. Optamos por esse período para que fosse possível coletar um número significativo de postagens. O período escolhido contemplou o Dia dos Pais brasileiro e o Natal, datas que movimentam as redes sociais e que poderiam fazer aparecer publicações também com viés mais comercial. O *corpus* deste trabalho é composto pelo total de 151 postagens dos blogs e 315 postagens do *Instagram*.

A coleta foi feita em fevereiro de 2018. A pesquisadora dedicou-se a ler todo o material e quantificar o número de postagens por plataforma, para depois criar categorias e códigos de análise. A partir disso, foi criado um *code book* e uma planilha, onde as postagens foram enquadradas dentro de diferentes categorias. Os dados foram então analisados quantitativamente e qualitativamente, permitindo que observássemos diferentes camadas dos conteúdos veiculados nos blogs.

### **III.3 A elaboração das categorias**

Conforme sugerido por Kozinets (2014), criamos categorias para melhor analisar o material coletado. Assim, o *code book* (disponível no Quadro 1) e a planilha de análise foram instrumentos criados para analisar o conteúdo do blog, nos permitindo identificar diversas questões pertinentes ao nosso estudo. Fizemos ainda um recorte dos posts com mais engajamento (mais curtidas e comentários) de cada blogueiro na sua conta de *Instagram* e analisamos qualitativamente o conteúdo.

As categorias criadas buscaram contemplar as diferentes nuances das postagens, levando em conta o tema principal, o tom utilizado, as vozes por trás do post, o tipo de imagem veiculada, entre outras questões. Essas categorias foram criadas a partir de nossas

questões de pesquisa, após fazermos uma leitura e pré-análise de todas as postagens dos quatro blogs durante os seis meses estipulados. Ao longo do trabalho, mediante uma leitura mais aprofundada de cada postagem, fomos ajustando as categorias do “*Code book*”, chegando no material detalhado abaixo:

**Quadro 1 – *Code book* para quadro de análise dos blogs**

**A – Fonte/Origem (nome do Blog)**

**B – Rede (Blog ou Instagram)**

**C - Data da publicação**

**D – Link**

**E – Título do Post**

**F – Tema principal**

1. Bebê recém nascido/novo pai
2. Educação/Criação
3. Alimentação
4. Escola
5. Carreira x filhos
6. Brincadeiras
7. Passeios / Viagens
8. Tecnologia
9. Cotidiano/Rotina da família
10. Discursos sobre gênero
11. Consumo e dinheiro
12. Paternidade ativa/participativa
13. Saúde e bem-estar
14. Dica cultural (livros, filmes...)
15. Relacionamento pai e mãe
16. Crescimento/Desenvolvimento filhos
17. Moda Infantil / Decoração
18. Divulgação dos próprios canais
19. Outro

**G – Qual o tom da postagem (admite mais de um)**

1. Bem-humorado
2. Romântica / Amorosa / Família
3. Séria/Dramática
4. Didática/Educativa
5. Ativista / Engajada com uma causa
6. Publicitária
7. Amigável / Leve
8. Informativa / Jornalística
9. Revoltada / Indignada
10. Outro

**H – A quem o post se dirige**

1. Pais
2. Mães
3. Ambos
4. Outro

**I - Quem é a voz do post (admita mais de um)**

1. Pai
2. Pedagogo/Educador
3. Médico
4. Psicólogo
5. Jornalista
6. Site parentalidade
7. Outro pai/convidado
8. Mãe convidada
9. Indústria / Marcas
10. Criança
11. Outro

**J – Conta experiência pessoal:**

1. Sim
2. Não

**K – Formato do Post**

1. Somente texto
2. Texto + foto
3. Foto + vídeo
4. Só imagem ou imagem com legenda

**L – Tipo de imagem publicada**

1. Filho (s) do blogueiro
2. Pai (blogger) sem os filhos
3. Pai + filho (s)
4. Bagunça / Brincadeira
5. Memes<sup>24</sup> / Ilustrações
6. Família (com a mãe junto)
7. Arte com divulgação de outros canais/eventos do pai
8. Brinquedos/Livros
9. Comida
10. Imagem ilustrativa de outro pai/filhos/família
11. Decoração da casa / Quarto

<sup>24</sup> Meme é um termo grego que significa imitação. O termo é bastante conhecido e utilizado no "mundo da internet", referindo-se ao fenômeno de "viralização" de uma informação, ou seja, qualquer vídeo, imagem, frase, ideia, música e etc, que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade. Recuperado a partir de <https://www.significados.com.br/meme/>



- 12. Frase inspiracional
- 13. Produto
- 14. Outro

**M – Como o filho aparece (quando for o caso):**

- 1. Foto nítida e com rosto aparecendo
- 2. Mostra a criança de costas, detalhes, sem o rosto, etc

**N – Orientação geral:**

- 1. Oportunidades/Benefícios da paternidade
- 2. Desafios/Dificuldades da paternidade

**Fonte: Elaborado pela autora.**

Definidas as categorias, partimos para a quantificação dos conteúdos em uma planilha. Posteriormente, analisamos quantitativamente e qualitativamente os resultados obtidos, como veremos no capítulo a seguir.

## CAPÍTULO IV – APRESENTAÇÃO DOS BLOGS E RESULTADOS GERAIS

Neste capítulo, realizamos uma introdução dos blogs e blogueiros analisados e apresentamos os resultados da pesquisa em uma análise descritiva.

### IV.1 Quem são e como se apresentam os blogueiros?

Conforme mencionado na metodologia, selecionamos quatro blogs para análise, dois do Brasil e dois de Portugal. São blogs que abordam o tema “paternidade”, cada um da sua maneira. Além de usarem recursos técnicos e visuais diferentes entre si, também se distinguem pela linguagem e pelos principais temas abordados. O que os une é a experiência de ser pai e a vontade de se expressar sobre isso.

Para traçar um perfil de cada pai, destacamos a seguir a forma como eles mesmos falam sobre si (trechos retirados da seção “*About/Sobre*” de cada blog) e unimos a isso informações gerais sobre cada canal, além de alguns dados extraídos da análise desse trabalho. Verificamos uma grande diferença na maneira como cada um se apresenta, observando que alguns pais o fazem de forma bastante completa e extensa, enquanto outros são mais sucintos.

#### IV.1.1 O Melhor Pai do Mundo (Portugal)

*“Olá, chamo-me Márcio Pedro Nogueira. Sou Pai babado, orgulhoso e galinha. Sou ativista pela afirmação do papel do Pai na educação dos filhos e não tenho dúvidas que em cada Pai, está ‘O Melhor Pai do Mundo’”.*<sup>25</sup>

O blog *O Melhor Pai do Mundo* existe desde fevereiro de 2015 e é escrito pelo português Márcio Pedro Nogueira. O blogueiro manifesta-se também em outras plataformas e possui 331 seguidores no *Instagram*<sup>26</sup>, 9. 445 likes no Facebook<sup>27</sup> e 20 inscritos no seu canal<sup>28</sup> do *YouTube*<sup>29</sup>. A partir do perfil publicado, não temos informações detalhadas sobre

<sup>25</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/>

<sup>26</sup> Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/omelhorpaidomundo.pt/>

<sup>27</sup> Recuperado a partir de <https://pt-br.facebook.com/omelhorpaidomundo.pt/>

<sup>28</sup> Recuperado a partir de <https://www.youtube.com/channel/UCCQrYvWJ3t9mjtgcICZmRtg>

<sup>29</sup> Dados coletados no dia 27 de março de 2018.

o autor, como sua profissão, cidade de origem, etc. Ele aborda mais sobre suas convicções como pai e também não revela informações sobre o filho.

**Figura 5 – Foto do perfil do blogueiro de *O Melhor Pai do Mundo***

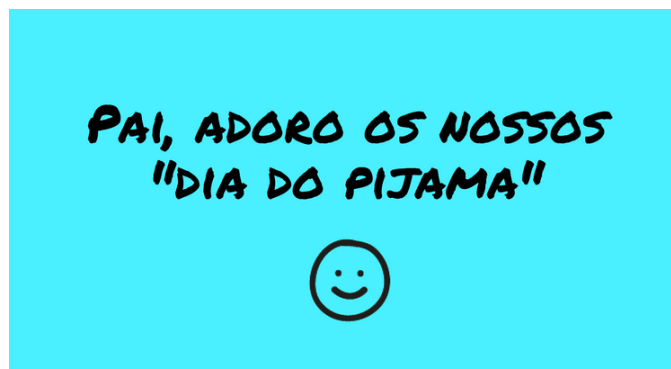


**Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de *O Melhor Pai do Mundo* (2018).**

No blog *O Melhor Pai do Mundo*, a maioria dos posts é composta por relatos pessoais de situações do dia a dia vividas pelo autor com o seu filho. Essa tendência fica clara ao observarmos os 34 posts analisados, nos quais o tema mais frequente foi “Cotidiano/Rotina da família” (23%) e as experiências são quase todas pessoais (31 de 34 postagens). As histórias são contadas em primeira pessoa e são sempre assinadas por “O Pai”. É o pai a voz principal de todos os posts, algumas vezes em parceria com alguma marca patrocinadora, que conduz o tema da postagem, como vimos em seis posts dos 34 analisados.

Constituído quase exclusivamente por narrativas textuais (76% dos posts são compostos somente por texto), a inspiração de cada postagem emerge de alguma pergunta ou frase do filho e, a partir daí, o conteúdo é desenvolvido. São essas frases, inclusive, que ilustram quase todos os posts, conforme apresenta a Figura 6, por exemplo.

**Figura 6 – Frase ilustrativa de postagem de *O Melhor Pai do Mundo***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de *O Melhor Pai do Mundo* (2017, 28 outubro).

Apesar de fornecer descrições de momentos íntimos da família, o autor parece ter um cuidado de não revelar detalhes sobre si e sobre o filho. A imagem do rosto da criança nunca aparece nos seus posts, assim como não ficam claras a sua idade e o seu nome. Com um tom, na maioria das vezes, leve, amigável e amoroso, o autor concentra-se mais em partilhar os seus momentos em família dando destaque mais para o conteúdo do que para a forma, concentrando-se na beleza e simplicidade que há em conviver e criar uma criança, mesmo nos momentos mais desafiadores.

#### *IV.1.2 Cenas e Coisas de um Pai (Portugal)*

*“Pai (2 humanos, 2 cães e 1 felino), Designer Gráfico, Ilustrador, Desportista e adora bolo de bolacha”.*

De forma leve e descontraída, conforme exhibe a epígrafe acima, apresenta-se o autor de *Cenas e Coisas de um Pai*<sup>30</sup>, e nessa breve apresentação já revela algumas características do blog, como o uso do humor e ironia para dar vida para os seus relatos, que se materializam em forma de ilustrações, desenvolvidas pelo próprio autor. O blog foi criado em setembro de 2017 pelo designer português de comunicação e pai de dois filhos, Hugo Cavaco, que usa desenhos para ilustrar as situações que vive com seus filhos. O autor começou as suas

<sup>30</sup> Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/>

publicações no *Facebook*<sup>31</sup> em março de 2014 e atualmente conta com 38.716 *likes*, enquanto que no *Instagram*<sup>32</sup> possui 4.432 seguidores e no *YouTube*<sup>33</sup> conta com apenas 24 inscritos<sup>34</sup>.

**Figura 7 – Foto do perfil do blogueiro de *Cenas e Coisas de um Pai***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de *Cenas e Coisas de um Pai* (2018).

“E se eu desenhar o que vejo e sinto como pai?”. Assim nasceram as *Cenas e Coisas de um Pai*, um diário ilustrado e bem-humorado sobre situações que acontecem no dia a dia de um Pai de um menino (1 ano) e uma menina (3 anos), desde o início da gravidez até aos dias de hoje. (Cenas e Coisas de um Pai, 2018).

Assim como no outro blog português, o conteúdo do blog *Cenas e Coisas de um Pai* caracteriza-se pela descrição de cenas cotidianas (tema principal, de acordo com os posts analisados), apresentando de uma forma bem-humorada a rotina de uma família com filhos.

<sup>31</sup> Recuperado a partir de <https://www.facebook.com/cenasecoisasdeumpai/>

<sup>32</sup> Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/cenasecoisasdeumpai/>

<sup>33</sup> Recuperado a partir de <https://www.youtube.com/channel/UCSsIYj6PbP73sdHKxy56cvA>

<sup>34</sup> Dados extraídos em 27 de março de 2018.

Figura 8 – Ilustração feita para um post do blog *Cenas e Coisas de um Pai*



Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de *Cenas e Coisas de um Pai* (2018).

O pai é a voz principal em todos os posts, os quais são ilustrados em sua grande maioria com desenhos do autor ou com fotografias das crianças. O blogueiro não costuma mostrar o rosto dos filhos e muitas vezes opta por fazer alguma intervenção para disfarçar a fotografia, aproveitando a linguagem gráfica que caracteriza as ilustrações do blog.

#### IV.1.3 Canal S.E.R. Pai (Brasil)

*“O que é S.E.R Pai? Descubra com a gente”.*

Não encontramos nenhum espaço no blog dedicado à apresentação do autor e o trecho acima, disposto na epígrafe, retiramos da página do *Facebook*<sup>35</sup> do canal. Criado pelo brasileiro Pedro de Oliveira, o blog traz informações diversas que abordam o tema paternidade.

<sup>35</sup> Recuperado a partir de <https://www.facebook.com/canalserpai/>

**Figura 9 – Foto de perfil blog *Canal S.E.R. Pai***



**Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de Canal Ser Pai (2018).**

O blog *Canal S.E.R* (Sociedade Educativa Recreativa) *Pai* existe desde agosto de 2016, enquanto que suas redes sociais (*Facebook*, *Instagram*<sup>36</sup> e *YouTube*<sup>37</sup>) foram criadas em junho de 2015. São 1.559 seguidores no *Instagram*, 4.561 *likes* no *Facebook* e 7.900 assinantes no *YouTube*<sup>38</sup>. O principal tema abordado, de acordo com a análise de 25 posts, é “paternidade ativa” (55%), assunto explorado de forma bastante informativa e didática.

Os posts praticamente não contam a experiência pessoal do autor (apenas algumas opiniões) e a maioria dos conteúdos são replicados de outros sites, assim como as imagens. O tom majoritariamente adotado é informativo/jornalístico (15 dos 25 posts) e, logo, a linguagem do blog é bastante impessoal. Dentro da temática “paternidade ativa”, conteúdos leves como rotina de pais celebridades, memes de internet (Figura 10) e piadas misturam-se com abordagens mais sérias, como longos artigos de jornais, sobre licença parental, por exemplo, o que deixa o blog, de certa maneira, sem foco e incoerente. O autor não

<sup>36</sup> Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/canalserpai/>

<sup>37</sup> Recuperado a partir de <https://www.youtube.com/channel/UCLWt7EAbyT2NOfy0BAanubg>

<sup>38</sup> Dados extraídos em 20 de março de 2018.

compartilha nenhuma imagem da filha no blog e também não revela situações do seu cotidiano, deixando isso de forma mais acentuada na plataforma *Instagram*.

**Figura 10 – Imagem ilustrativa de post do blog *Canal S.E.R Pai***

### 15 frases ditas para seu filho ou para um amigo bêbado

06/12/2017



Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de Canal Ser Pai (2017, 6 dezembro)<sup>39</sup>.

#### IV.1.4 Paizinho, Vírgula! (Brasil)

*“Thiago Queiroz é marido, pai e engenheiro. Após o nascimento de seu primeiro filho, Dante, passou a se envolver, ativa e intuitivamente, com a Criação com Apego. Sua dedicação à paternidade o levou a criar o grupo Criação com Apego no Facebook, oferecendo apoio e acolhimento virtual (e, muitas vezes, também presencial) a muitos pais. É o criador do site Paizinho, Vírgula!, um dos poucos lugares atuais mantidos por um pai, em busca de uma forma mais amorosa e conectada de criar os filhos. Seu site oferece textos e vídeos sobre criação com apego, disciplina positiva e parentalidade consciente. Além disso, o Thiago é host do podcast Tricô de Pais, um podcast focado em paternidade, e também coproduz o podcast Sinuca de Bicos, o podcast composto por mulheres sobre maternidade. Thiago fez de sua experiência como pai a busca pelo desenvolvimento de uma nova paternagem e o oferecimento de apoio e amparo a todos que desejam dar uma criação mais afetuosa, sensível e respeitosa a seus filhos, ainda mais após a chegada de seu segundo filho, Gael. Hoje, ele é certificado como líder pela organização Attachment Parenting International, e criador do primeiro grupo de apoio oficial no Brasil, a API Rio. Além disso, é também certificado como educador parental para a disciplina positiva, pela Positive Discipline Association”.*<sup>40</sup>

<sup>39</sup> Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/12/06/15-frases-ditas-para-seu-filho-ou-para-um-amigo-bebado/>

<sup>40</sup> Texto disposto na apresentação do “Midia Kit” do blog. Recuperado a partir de [https://drive.google.com/file/d/0B\\_JPAtf43rG8dU1XbHdPUUR6X1U/view](https://drive.google.com/file/d/0B_JPAtf43rG8dU1XbHdPUUR6X1U/view)



**Figura 11 – Imagem do blogueiro do *Paizinho, Vírgula!***



**Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de *Paizinho, Vírgula!* (2018).**

Além de abrigar textos e vídeos sobre disciplina positiva e criação com apego, o blog *Paizinho, Vírgula!* atua como um portal e disponibiliza textos escritos por outros pais colaboradores, que têm espaço para escrever sobre suas próprias experiências de paternidade, representando outras vivências poderosas e transformadoras<sup>41</sup>.

O *Paizinho, Vírgula!* conta com 79.235 likes no Facebook<sup>42</sup>, 33.885 assinantes do canal do YouTube<sup>43</sup> e 30,5 mil seguidores no Instagram<sup>44</sup>. O blog é, sem dúvida, o mais profissional dos quatro analisados, o que concluímos observando a arquitetura do site, a organização editorial, a comunicação visual e a forma como se apresenta, que é mais completa e comercial. Pudemos coletar tanto um longo texto (que abre esse subcapítulo), como mais informações, que foram extraídas do “midia kit” do blog, conforme exemplifica a Figura 12.

<sup>41</sup> Recuperado a partir de [https://drive.google.com/file/d/0B\\_JPAtf43rG8dU1XbHdPUUR6X1U/view](https://drive.google.com/file/d/0B_JPAtf43rG8dU1XbHdPUUR6X1U/view)

<sup>42</sup> Recuperado a partir de <https://www.facebook.com/paizinhovirgula>

<sup>43</sup> Recuperado a partir de <https://www.youtube.com/paizinhovirgula>

<sup>44</sup> Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/paizinhovirgulaoficial/>

<sup>45</sup> Dados extraídos em 30 de março de 2018.

**Figura 12 –Print screen tela do Midia Kit do blog *Paizinho, Vírgula!***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de *Paizinho, Vírgula!* (2018).

Nos 69 posts analisados, o blog *Paizinho, Vírgula!* faz o uso de vídeos em 85% das suas publicações e, com um tom bem-humorado, engajado e didático, o blogueiro trata de temas que interessam aos pais e às mães, como, por exemplo, dicas para lidar com a birra da criança de forma positiva, como praticar a empatia com os filhos, entre outros. Ele relata sua experiência pessoal para ilustrar as postagens e conta com a participação de outros pais que também contam suas histórias.

#### **IV.2 Apresentação geral e análise descritiva dos resultados**

Na amostra constituída por 151 posts, os principais temas abordados (Quadro 2) foram “Paternidade ativa” (25), “Educação” (22) e “Cotidiano/Rotina da família” (19). Outros que se destacaram com relevância foram “Brincadeiras” (9) e “Discursos sobre gênero” (8). Vale salientar que o único tema em comum entre os quatro blogs foi “Crescimento/Desenvolvimento dos filhos”, assunto que é explorado tanto em relatos pessoais como em dicas práticas. Já o tema “Carreira x Filhos”, que consideramos uma variável importante para que seja exercida a paternidade ativa, apareceu em três matérias do blog *Canal S.E.R. Pai*, que falam sobre a importância da licença paternidade. A temática também foi abordada no blog *O Melhor Pai do Mundo*, em um post onde o pai conta sobre a decisão de abrir mão de um trabalho em outra cidade por causa da distância do filho.

**Quadro 2 – Principais temas abordados nos blogs**

	Cenas e Coisas de um Pai	O Melhor Pai do Mundo	Paizinho, Vírgula!	Canal S.E.R. Pai	TOTAL
Cuidados com recém-nascido	0	0	5	0	5
Educação/Criação dos filhos	0	0	22	0	22
Alimentação	1	2	0	0	3
Escola	2	1	1	0	4
Carreira x Filhos	0	1	0	3	4
Brincadeiras	7	0	2	0	9
Passeios/Viagens	1	4	0	0	5
Tecnologia	0	2	0	2	4
Cotidiano / Rotina da Família	9	6	4	0	19
Discursos sobre gênero	0	2	4	2	8
Consumo e dinheiro	0	1	3	0	4
Paternidade/Masculinidade	0	2	13	11	26
Saúde e bem-estar	0	1	2	0	3
Dicas de livros/filmes	0	0	3	0	3
Relacionamento pai e mãe	1	0	1	0	2
Crescimento/Desenvolvimento filhos	2	3	2	2	9
Moda Infantil / Decoração	0	0	0	0	0
Divulgação dos próprios canais	0	2	3	2	7
Outro	0	7	4	3	14
TOTAL	23	34	69	25	

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Um tema que não apareceu em nenhum dos blogs foi “Moda Infantil/Decoração”, categoria ligada diretamente ao consumo, bastante usual em blogs de maternidade. Interessante perceber que o tema “Cuidados com recém-nascido”, também muito comum em blogs de maternidade, apareceu somente no blog *Paizinho, Vírgula!*, no entanto, as vozes por trás dessa publicação eram, em três dos cinco posts, de mães convidadas. Quanto à “Alimentação”, variável ligada à esfera dos cuidados (e interpretada muitas vezes como responsabilidade da mãe), somente os blogs *O Melhor Pai do Mundo* e *Cenas e Coisas de um Pai* dedicaram posts ao tema. Conteúdos sobre o relacionamento do pai com a mãe também foram raros, e vale acrescentar que a mãe/esposa não aparece de forma recorrente nas narrativas dos blogueiros.

O blog *Paizinho, Vírgula!* é o que se caracteriza por ter mais variedade de vozes, pois frequentemente convida outros pais e mães para participar das postagens, como se verifica no Quadro 3. Já o *Canal S.E.R. Pai* se distingue por ter como voz principal jornalistas, fazendo uso de muitas matérias publicadas em sites de notícias e de parentalidade. Já a voz de Marcas/Indústrias se faz presente em alguns conteúdos dos blogs *O Melhor Pai do Mundo*

e *Paizinho, Vírgula!*, únicos blogs em que encontramos publiposts<sup>46</sup>. Notamos também que foi utilizada apenas uma vez a opinião de um profissional da saúde e nenhuma vez um psicólogo ou educador foi utilizado como fonte. A categoria “Crianças”, fixada na hipótese de um blog abrir o espaço para algum conteúdo produzido por crianças, também não foi preenchida. Com exceção do blog *Canal S.E.R. Pai*, a voz que prevalece na maioria dos posts é mesmo a do pai.

**Quadro 3 – Vozes das postagens nos blogs**

	Cenas e Coisas de um Pai	O Melhor Pai do Mundo	Paizinho, Vírgula!	Canal S.E.R. Pai	TOTAL
1. Pai	24	34	49	6	113
2. Pedagogo/Educador	0	0	0	0	0
3. Médico	0	0	1	0	1
4. Psicólogo	0	0	0	0	0
5. Jornalista	0	0	1	13	14
6. Site parentalidade	0	0	1	6	7
7. Pai Convidado	0	0	20	1	21
8. Mãe convidada	0	0	17	0	17
9. Indústria /Marcas	0	6	2	0	8
10. Crianças	0	0	0	0	0
11. Outro	0	0	0	3	3
TOTAL	24	40	91	29	184

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Para contar do seu cotidiano familiar, todos os blogueiros fizeram uso dos tons “Bem-humorado”, “Romântico” e “Amigável”. Já para falar de paternidade ativa, os tons que predominaram foram “Ativista”, “Informativo” e “Didático”. Poucos utilizaram o tom “Sério” ou tiveram postagens em tom “Publicitário”, e o tom “Revoltado” apareceu somente em uma postagem, que falava sobre política e não estava relacionada diretamente com o universo da parentalidade/paternidade, conforme apresentamos no Quadro 4.

<sup>46</sup> Publicações patrocinadas por alguma marca.

**Quadro 4 – Tom das postagens nos blogs**

	Cenas e Coisas de um Pai	O Melhor Pai do Mundo	Paizinho, Vírgula!	Canal S.E.R. Pai	TOTAL
1. Bem - humorado	22	5	51	7	85
2. Romântico	2	16	6	5	29
3. Sério	0	6	5	4	15
4. Didático	0	0	36	1	37
5. Ativista	0	4	33	6	43
6. Publicitário	0	3	2	0	5
7. Amigável	2	19	62	3	86
8. Informativo	0	0	1	15	16
9. Revoltado	0	1	0	0	1
10. Outro	0	0	0	0	0
TOTAL	26	54	196	41	317

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Quase todos os blogs se dirigem igualmente aos pais e às mães, disponibilizando um conteúdo que pode interessar a ambos (Quadro 5). O *Canal S.E.R. Pai*, no entanto, se diferencia por possuir muitas postagens focadas no universo de homens/pais, conferindo um caráter de “clube fechado” ao seu blog, o que inclusive é reforçado pelo nome do espaço (Sociedade Educativa Recreativa).

**Quadro 5 – Direcionamento das postagens dos blogs**

	Cenas e Coisas de um Pai	O Melhor Pai do Mundo	Paizinho, Vírgula!	Canal S.E.R. Pai	TOTAL
Pai	0	2	0	10	12
Mãe	0	0	0	0	0
Ambos	23	32	69	15	139
TOTAL	23	34	69	25	151

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Quanto ao formato, observamos estilos diferentes. O blog *O Melhor Pai do Mundo* se expressa quase sempre por meio de texto, já o *Cenas e Coisas de um Pai* opta mais recorrentemente por imagens, enquanto o blog *Paizinho, Vírgula!* utiliza muito o recurso de vídeo e áudio (podcast) e, por fim, o *Canal S.E.R. Pai* mistura linguagem textual com imagens, conforme apresentamos no Quadro 6, abaixo.

**Quadro 6 – Formato das postagens nos blogs**

	Cenas e Coisas de um Pai	O Melhor Pai do Mundo	Paizinho, Vírgula!	Canal S.E.R. Pai	TOTAL
Somente texto	0	26	0	3	29
Texto + foto	17	3	9	19	48
Texto + vídeo/áudio	0	5	55	2	62
Somente imagem ou vídeo	6	0	1	0	7
TOTAL	23	34	65	24	146

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Apesar dos pais relatarem a sua experiência pessoal, as imagens que ilustram os posts dos blogs raramente são dos filhos, e quando isso ocorre, em nenhum caso aparece o rosto da criança (Quadro 7). O uso de ilustrações é o que caracteriza o blog *Cenas e Coisas de um Pai*, enquanto que o *Canal S.E.R. Pai* opta por divertir sua audiência com memes e imagens de celebridades. No caso do blog *Paizinho, Vírgula!*, a imagem que mais aparece (em vídeo) é a do próprio pai. Já o *O Melhor Pai do Mundo* ilustra seus posts apenas, como vimos, com ilustrações de frases inspiracionais. Das categorias que elencamos, não encontramos “Foto de família (com a mãe junto)”, “Brinquedos/livros”, “Decoração da casa/quarto”, o que reforça a ideia de que os blogs analisados não revelam muito da intimidade dos autores (Quadro 8).

**Quadro 7 – Como o filho aparece nas postagens nos blogs**

	Cenas e Coisas de um Pai	O Melhor Pai do Mundo	Paizinho, Vírgula!	Canal S.E.R. Pai	TOTAL
Sem aparecer o rosto / Detalhes	11	12	1	0	24
Foto nítida e com rosto aparecendo	0	0	0	0	0
TOTAL	11	12	1	0	24

**Fonte: Dados da pesquisa.**

**Quadro 8 – Tipo de imagem publicada nas postagens nos blogs**

	Cenas e Coisas de um Pai	O Melhor Pai do Mundo	Paizinho, Vírgula!	Canal S.E.R. Pai	TOTAL
1. Filho (s) do blogueiro	7	0	1	0	8
2. Pai (blogueiro)	0	0	16	0	16
3. Pai + filho (s)	3	0	0	0	3
4. Bagunça / Brincadeira	0	0	0	4	4
5. Memes / Ilustrações	12	0	1	4	17
6. Família (com a mãe junto)	0	0	0	0	0
7. Divulgação de outros canais/eventos do blog	0	0	1	0	1
8. Brinquedos/Livros	0	0	0	0	0
9. Comida	1	0	0	0	1
10. Imagem ilustrativa de outros pais/filhos/família	0	0	6	11	17
11. Decoração da casa / Quarto	0	0	0	0	0
12. Frase inspiracional	0	12	0	0	12
13. Produto	0	0	0	0	0
14. Outro	0	0	0	1	1
TOTAL	23	12	25	20	80

**Fonte: Dados da pesquisa.**

O receio em mostrar sua intimidade, no entanto, não os impede de relatarem no blog suas experiências pessoais, o que acontece na maioria dos casos. Somente o blogueiro do *Canal S.E.R. Pai* não fala da própria experiência e, portanto, sua narrativa é baseada no ponto de vista de terceiros, conforme explicitamos no Quadro 9.

**Quadro 9 – O blogueiro relata a experiência pessoal?**

	Cenas e Coisas de um Pai	O Melhor Pai do Mundo	Paizinho, Vírgula!	Canal S.E.R. Pai	TOTAL
Sim	22	31	53	0	106
Não	2	2	16	25	45
TOTAL	24	33	69	25	151

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Por fim, nossa análise permitiu identificar que a paternidade é retratada pelos blogueiros de forma a contemplar, com equilíbrio, suas dificuldades e benefícios. Os posts que abordam mais sobre os desafios, servem como base de aprendizado para o futuro, e os que falam dos benefícios mostram que os pais têm uma experiência muito positiva no convívio com os filhos e na sua criação (Quadro 10).

**Quadro 10 – Orientação geral das postagens nos blogs**

	Cenas e Coisas de um Pai	O Melhor Pai do Mundo	Paizinho, Vírgula!	Canal S.E.R. Pai	TOTAL
Oportunidades / Benefícios da paternidade	7	10	7	5	29
Desafios / Dificuldades da paternidade	9	12	42	7	70
Não está claro	7	12	20	13	52
TOTAL	23	34	69	25	151

**Fonte: Dados da pesquisa.**

Levando em consideração os resultados encontrados e as questões que norteiam nossa pesquisa, faremos uma discussão aprofundada no próximo capítulo, trazendo à tona as teorias que fundamentam esse trabalho, ligadas à gênero (Butler, 2003), à maternidade (Badinter, 1985), à paternidade (Ranson, 2015, 2017), à masculinidade (Badinter, 1993; Januário, 2016; Bergara et al., 2008), à comunicação (Fischer, 1997, 2001, 2002) e às novas mídias (Sibilia, 2016; Lemos, 2002).



## CAPÍTULO V – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Tendo em vista os objetivos e as questões de investigação previamente delineadas, discutimos neste capítulo como os pais blogueiros exploram a sua vivência na paternidade e como se manifestam sobre o tema. Refletimos sobre questões ligadas à paternidade digital, à masculinidade e à profissionalização e comercialização dos blogs. Por fim, realizamos uma reflexão sobre a construção da paternidade contemporânea nas diferentes tramas e nuances da comunicação digital.

### V.1 Principais temas abordados

A partir das temáticas escolhidas por cada blogueiro, percebemos no capítulo anterior que eles percorrem caminhos distintos ao utilizarem seus espaços de comunicação para a exposição pública de suas percepções como pai. A seguir, olhamos mais a fundo para os três principais temas encontrados na análise: “Cotidiano/Rotina familiar”; “Paternidade ativa” e “Educação/Criação dos filhos”.

#### V.1.1 Cotidiano e rotina familiar

*Normalmente, por volta das 8:00 de sábado ou domingo ouvimos uma voz vinda do quarto ao lado: “Pai, quando é que posso acordar”. Acordar para ele é levantar-se da cama, porque provavelmente já está acordado há uns largos minutos. Mas, convenhamos, são 8:00 da manhã, é fim de semana, temos a oportunidade de compensar os horários madrugadores da semana...mas não, a criança lá de casa faz questão de começar o seu dia bem cedo. (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 21 setembro)<sup>47</sup>.*

Os blogs portugueses *O Melhor Pai do Mundo* e *Cenas e Coisas de um Pai* tiveram como tema principal o “Cotidiano/Rotina da família”, quando o blog é utilizado, principalmente, como meio de compartilhamento de experiências que os pais vivem com seus filhos. Nesses casos, o blog opera como uma espécie de “diário virtual”, uma “apropriação social da web como forma de reeditar práticas antigas como os diários pessoais” (Lemos, 2002, p. 4), nos quais “o eu que fala e se mostra incansavelmente nas telas

---

<sup>47</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-acorda-sao-8-da-manha-e-e-fim-de-35372>

da rede costuma ser tríplice: é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem” (Sibilia, 2016, p. 57). Em ambos os blogs, a experiência pessoal é retratada em mais de 90% dos posts.

Potencializado pelas novas tecnologias de comunicação, o “eu” revela-se ao expor aspectos autobiográficos e pessoais. Essa escrita de si, como explica Damkjaer (2017), gera uma oportunidade para os homens expressarem e consolidarem seu novo papel social de pais, um papel para o qual não foram tradicionalmente socializados a exercer. Falar publicamente sobre isso, portanto, ajuda a fortalecer sua identidade.

Carias e Granato (2015, p. 2) concordam e acrescentam que no cenário atual, onde homens buscam construir novos sentidos para a experiência da paternidade, os blogs

[...] configuram-se como um privilegiado meio de acesso aos novos modos de subjetivação, visto que, historicamente, são análogos às antigas escrituras familiares que carregavam memórias familiares, sentimentos e sentidos sobre o cotidiano, a infância, família e valores. Além disso, a internet, como veículo de comunicação e compartilhamento de ideias, valores, sentimentos e emoções, permite que autor e leitor tornem-se coprodutores das subjetividades contemporâneas, as quais tendem a se diversificar, na medida em que se difundem pelo ciberespaço.

Ao narrar seu cotidiano – seja com humor, doçura ou seriedade – os blogueiros se conectam com quem está do outro lado da tela, provocando a empatia de quem passa por situações semelhantes às deles. Em seus estudos, Ammari e Schoenebeck (2015) confirmam esse efeito positivo nas audiências. Ao pesquisarem os hábitos e percepções de pais (homens) que acessam conteúdos digitais sobre “parentalidade”, os autores apontam que eles se sentem confortáveis e seguros ao verem outros pais passando por desafios que eles também enfrentam no dia a dia. É também o que pensa Fischer (1997) ao analisar o conteúdo televisivo e concluir que a audiência se tranquiliza quando sente identificação.

Nesse sentido, observamos que o blog *Cenas e Coisas de um Pai* adota um tom bem-humorado para dividir situações cotidianas simples, mas que são vividas, provavelmente, na casa de qualquer pai ou mãe de classe média:

Arrumar, desarrumar, arrumar, desarrumar... assim se passam os dias cá por casa. Eu até percebo o quanto é divertido atirar os carrinhos o mais longe possível, ou ouvir as peças dos legos a cair (o pior é quando as pisam) e fazer *moooochee* aos peluches, mas caramba, nem 5 minutos depois de se arrumar? (Cenas e Coisas de um Pai, 2017, 18 setembro).<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/2017/09/18/rearrumacoes/>

Já o blog *O Melhor Pai do Mundo* parece conectar-se com sua audiência através de partilhas que falam mais de sentimentos e exaltam a família, adotando quase sempre um tom romântico: “Quem nunca teve um dia do pijama tem de experimentar e repetir sempre que possível. Um dia de pijama é um dia em família em estado puro, no seu ambiente favorito, a nossa casa” (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 28 outubro)<sup>49</sup>.

Narrando em primeira pessoa os acontecimentos da sua família, esses blogueiros posicionam-se como pais envolvidos e participativos na rotina dos filhos, muito embora a maioria dos relatos estejam ligados às atividades de lazer, como brincadeiras e viagens/passeios. Isso reforça a imagem (e a mensagem) de que, na divisão de tarefas de cuidado com os filhos, os pais – em oposição à “mãe cuidadora” (Perista et al., 2016) – dedicam-se mais às tarefas mais divertidas e leves.

Quanto aos outros blogs analisados, o brasileiro *Paizinho, Vírgula!* usa experiência pessoal em 76% dos seus posts, mas apenas quatro dos 69 posts analisados falam do cotidiano da família. Na maioria dos casos o autor utiliza as suas experiências como exemplos ilustrativos e didáticos das dicas que passa e, portanto, quando relata seu dia a dia, tem um viés pedagógico. Da mesma forma, o autor parece conferir um caráter profissional ao conteúdo do blog, na medida em que delimita uma separação da sua vida pessoal. A verbalização do blogueiro materializa o que aponta Dyer (apud Jorge, Andrade & Marôpo, 2017, p.144) ao comentar da curiosidade da audiência frente à vida privada de celebridades, “procurando confrontá-las com os desempenhos públicos para lhes conferir autenticidade”: “Muita gente se interessa, muita gente pergunta, tem curiosidade, quer saber como é o nosso dia a dia [...] Por que será que as pessoas querem saber da minha rotina? Querem saber se eu realmente faço as coisas que eu digo que eu faço?” (Paizinho, Vírgula!, 2017, 6 setembro)<sup>50</sup>.

Já o blog *Canal S.E.R. Pai* não usa a experiência pessoal em nenhum post dos 25 analisados e, logo, não relata nenhuma situação do cotidiano e rotina da família no seu blog.

---

<sup>49</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-adoro-os-nossos-dia-do-pijama-37528>

<sup>50</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/rotina/>

### V.1.2 Paternidade ativa

Embora todos os blogs falem sobre uma paternidade participativa, uns o fazem de forma indireta e outros referenciam o tema diretamente. Os enunciados presentes nos materiais analisados apontam que dos quatro blogs envolvidos na pesquisa, três promovem/incentivam a “paternidade participativa/ativa”. Concordando que “a internet serve como uma forma de escoamento de discursos pessoais que foram há muito tempo inibidos pelos mass media” (Lemos, 2002, p. 4), percebemos que esses blogs aproveitam seus espaços para fazer ecoar novas falas e desconstruir estereótipos ligados à paternidade/masculinidade.

O blog *Canal S.E.R. Pai*, por exemplo, utiliza o tema paternidade ativa em muitos posts analisados (11 de 25). A maioria do conteúdo é replicado de outros canais e nenhum retrata experiência pessoal do autor, fazendo predominar o caráter jornalístico e informativo nas publicações. Para falar de paternidade ativa, o blogueiro usa informações provenientes de sites de notícias e instituições, que promovem e incentivam a participação do pai na criação dos filhos, conforme explicitam as postagens selecionadas abaixo:

Tirar licença-paternidade pode impactar positivamente a saúde e o bem-estar de sua esposa. Isso poderia aumentar sua capacidade de amamentar. Estudos mostram que ter um parceiro em casa mostrou aumentar os níveis de prolactina e oxitocina de uma nova mãe, hormônios que ajudam na produção de leite. (Canal Ser Pai, 2017, 18 agosto)<sup>51</sup>.

Quando a gente pensa em como definir o que é a Paternidade Responsável, precisamos primeiramente entender que se trata de 1) um comprometimento afetivo, 2) um movimento evolutivo, e 3) uma mudança de comportamento social. Esses impactos positivos sobre exercer com amor e responsabilidade a paternidade (ou “paternidade ativa”), já são estudados e divulgados pela Unicef [...] Entre muitas informações, o guia afirma que crianças que têm um pai participativo apresentam mais autoestima, responsabilidade e comprometimento, melhor desempenho escolar, mais segurança e habilidades sociais e, no caso dos meninos, maior probabilidade de dar continuidade ao movimento. (Canal Ser Pai, 2017, 7 dezembro)<sup>52</sup>.

<sup>51</sup> Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/18/como-um-pai-presente-pode-ajudar-a-mamae/>

<sup>52</sup> Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/12/07/o-que-e-paternidade-responsavel/>

O blog *Canal S.E.R Pai* também fala de paternidade ativa de forma mais leve ao mostrar celebridades exercendo o papel de pai, como, por exemplo, o lutador *Conor McGregor* (Figura 13):

**Figura 13 – Imagem de *Conor McGregor* no blog *Canal S.E.R Pai***



**Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de Canal Ser Pai (2017, 21 agosto)<sup>53</sup>**

O autor parece, então, ficar no meio do caminho, pois trata o tema paternidade ora com densidade, ora com superficialidade, como se fosse necessário esse equilíbrio para se comunicar com homens. Podemos perceber que o conteúdo não segue um padrão, alternando-se entre conteúdos informativos e de entretenimento, e talvez essa possa ser uma estratégia para engajar mais audiência ao canal.

O blogueiro também se posiciona como expert e promove no blog seus cursos direcionados aos pais de primeira viagem. Percebemos, todavia, que ainda há uma relação da paternidade com lazer/entretenimento, pois o autor evidencia atrativos como cerveja e risada para “vender” o curso: “Essa é a segunda edição do curso que fala sobre o que os homens podem esperar com o primeiro filho. Tem dicas, trocas de ideias, cerveja gelada, muita risada e um objetivo em comum: descobrir o que é S.E.R. Pai”. (Canal Ser Pai, 2017, 22 agosto)<sup>54</sup>.

<sup>53</sup> Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/21/conor-mcgregor-e-a-paternidade/>

<sup>54</sup> Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/22/segunda-edicao-do-curso-de-paternidade-responsavel/>

Em seguida, o blog que mais aborda o tema paternidade ativa é o *Paizinho, Vírgula!*, que convoca os homens a uma paternidade mais participativa em 13 dos 69 posts analisados. O autor, entretanto, não usa um tom informativo como o *Canal S.E.R. Pai* e faz uso dos seus conhecimentos sobre disciplina positiva/criação com apego e da sua experiência pessoal para abordar o assunto com mais sutileza (Figura 14), buscando praticar a empatia, sem impor maneiras de ser ou regras: “Não existe fórmula para ser o melhor pai do mundo, mas existe fórmula para ser o melhor pai que você pode ser” (Paizinho, Vírgula!, 2017, 8 agosto).

**Figura 14 – Imagem vídeo *YouTube* do blog *Paizinho, Vírgula!***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de Paizinho, Vírgula! (2017, 8 agosto) <sup>55</sup>.

No mesmo vídeo, o blogueiro salienta também a importância do pai desconstruir-se e despir-se de preconceitos machistas (Figura 15). Porém, sua fala é cautelosa e o autor se coloca solidário com a sua audiência.

**Figura 15 – “Desconstrua-se” blog *Paizinho, Vírgula!***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de Paizinho, Vírgula! (2017, 8 agosto)

<sup>55</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/melhor-pai/>

Vamos trabalhar para tentar desconstruir o máximo possível desses machismos que a gente tem, que a gente vive, que a gente respira. E é só fazendo isso que a gente vai conseguir assumir ainda mais o papel de pai ativo que a gente tem. [...] Eu também estou numa caminhada diária de desconstruir meus machismos e todos os preconceitos que eu tenho. Eu hoje sou um cara muito melhor do que há quatro anos [...] antes do meu filho nascer. (Paizinho, Vírgula!, 2017, 8 agosto).

Já o blog *O Melhor Pai do Mundo* convida os leitores a refletirem sobre paternidade ativa em dois dos 34 posts analisados, apesar de indiretamente promover o envolvimento do pai em todos os seus posts, visto que se mostra um pai participativo na rotina do filho. Em uma publicação que se dirige exclusivamente aos pais, o blogueiro faz uma convocação:

Assumam-se Pais a tempo inteiro, mesmo tendo em conta que não podem estar todo o tempo com os vossos filhos, embora fosse esse o desejo. Coloquem bem no topo das vossas prioridades a educação dos vossos filhos, acima de trabalho, acima de objetivos profissionais. Os filhos não nos pedem muito, nós é que sobrevalorizamos. (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 10 agosto)<sup>56</sup>.

Em outra postagem o blogueiro deixa claro seu ponto de vista e sua vontade de propagar a paternidade: “Este blog nasceu porque a voz do Pai (em geral) está um pouco esquecida. O Mundo olha para a educação dos filhos e vê a Mãe e ao lado o Pai a trabalhar para sustentar a família. Isto é uma imagem do passado, mas que a sociedade teima em manter viva” (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 11 outubro)<sup>57</sup>.

Apenas o blog *Cenas e Coisas de um Pai* não publica nenhum post com um viés engajado como os outros no tema paternidade ativa. Vemos então que, apesar de não ser o tema principal na maioria dos blogs, é um assunto que vem à tona com força, o que percebemos em posts bastante explicativos, onde o tema é exposto, geralmente, com cautela. A intenção parece ser a de reformular o entendimento convencional sobre paternidade, com um propósito de provocar reflexão e mudança, mas em um tom suave, de cumplicidade e envolvimento.

### V.1.3 Educação/Criação dos filhos

Conforme apurado por Suarez et al. (apud Ferreira, 2017), informações relativas à educação dos filhos são frequentemente pesquisadas por pais na internet, pois é um tema que

<sup>56</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-esta-historia-e-so-para-pais-33630>

<sup>57</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-este-blog-e-sobre-o-pai-36797>

gera muitas dúvidas e ansiedades. Assim, devido à grande quantidade de conteúdo disponibilizado na web sobre dicas na forma de educar, os blogs acabam por funcionar como filtros (Ammari & Schoenebeck, 2015). Os blogueiros atuam como curadores, trazendo para seus leitores dicas selecionadas, com o aval de quem já as testou e aprovou.

A partir da nossa análise, observamos que “Educação/Criação dos filhos” se destaca como o principal tema abordado no blog *Paizinho, Vírgula!* (22 dos 69 posts analisados). Sendo o blogueiro um expert em educação parental, ele usa o seu espaço virtual para capacitar pais e mães, na medida em que fornece dicas práticas de como aplicar disciplina positiva e criação com apego no dia a dia. Dessa forma, o seu blog ensina modos de ser e estar no mundo, assumindo uma função pedagógica, assim como fazem muitos veículos de comunicação tradicionais (Fischer, 1997). “Ahhh, filho, você fez o papai muito feliz! Filha, estou orgulhoso de você! É assim que você elogia os seus filhos? Então vem cá conversar sobre elogio descritivo, uma forma muito eficiente de fazer os seus filhos sentirem orgulhos de si próprios!” (Paizinho, Vírgula!, 2018, 3 janeiro)<sup>58</sup>.

Ele coloca-se, então, como um pai que participa, que se envolve diretamente na educação dos filhos. Apesar de especialista em educação, o blogueiro se expõe também como pai, indicando seu ponto de vista nas dicas fornecidas:

O Gael, no auge dos seus dois anos, entrou com tudo nessa fase, que tem sido mais intensa do que foi com o Dante, quando ele tinha dois anos. Por isso, estamos aqui nesse esforço de repensar estratégias para lidar com todos os conflitos da rotina diária. Pensando nisso, algumas coisas têm me ajudado muito nesses momentos estressantes, gostaria de compartilhá-las com você. (Paizinho, Vírgula!, 2017, 16 outubro)<sup>59</sup>.

Para falar com a sua audiência, o blogueiro opta normalmente por uma abordagem bem-humorada, carregada de muita piada e descontração. Mesmo quando os conteúdos são mais sérios, o que identificamos foram vídeos que divertem, fazem rir, nos quais o autor faz “da própria personalidade, um espetáculo; isto é, uma caricatura orientada aos olhares dos outros como se estes constituíssem a audiência de um espetáculo” (Sibilia, 2016, p. 258). O blogueiro utiliza diversos recursos para tornar o vídeo mais divertido e atrativo, como trilha sonora, efeitos e interferências gráficas. Assim, o conteúdo que disponibiliza entretém na mesma medida que informa (Figura 16).

<sup>58</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/elogia-descritivo/>

<sup>59</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/birra/>



**Figura 16 – “Focando em soluções” blog Paizinho, Vírgula!**

**FOCA NA SOLUÇÃO | DISCIPLINA POSITIVA – PAIZINHO NO YOUTUBE**

Postado por Thiago Queiroz | 22/11/2017 | Paizinho no YouTube | 2



**Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de Paizinho, Vírgula! (2017, 22 novembro)<sup>60</sup>**

## **V.2 Pais digitais**

A análise também buscou identificar como esses pais – totalmente inseridos no contexto das novas mídias – lidam com questões ligadas ao compartilhamento de imagens dos filhos e a mediação do uso que as crianças fazem da internet. Vindos uma geração que usa as tecnologias e mídias digitais muito mais como um hábito do que como uma ferramenta (Duarte, 2014), são pais que se movem de diferentes maneiras na trama dessa rede.

Mesmo integrados ao meio online, é interessante perceber que muitos blogueiros parecem se sentir como “estrangeiros digitais” ao enfrentarem dificuldades na hora de mediar e medir o uso que seus filhos fazem das novas tecnologias. Por outro lado, por possuírem experiência e competência na navegação de internet, estão mais cientes tanto dos riscos quanto dos benefícios que envolvem o seu uso.

### *V.2.1 Exibir ou não a imagem do filho?*

*Quem lê as minhas histórias encontra o meu filho em todas elas, mas não encontra as suas fotos. Se alguém chega ao meu blog e quer ver que roupa o meu filho veste ou a que restaurante é que fomos ou o que fizemos no fim de semana passado, depressa se apercebe que não é esse o estilo. (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 11 outubro).*

<sup>60</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/focando-em-solucoes/>

O desenvolvimento das tecnologias de captação, exibição, armazenamento e compartilhamento de imagens parece estar modificando a forma como nos relacionamos com e através delas. Sibilia e Diogo (2011, p. 135) apontam que

[...] com a popularização das câmeras digitais e dos canais disponíveis na internet, um número crescente de pessoas produz, coloca em circulação e consome enormes quantidades de fotografias caseiras. De alguma forma, ainda que só seja em virtude dessa explosão quantitativa, vivenciamos uma ruptura com respeito àquela tradicional preocupação de registrar e guardar para sempre umas poucas imagens muito bem selecionadas, rumo a um insólito desejo de registrar e exibir rapidamente uma infinidade de imagens.

É interessante mencionar que os blogueiros analisados posicionam-se, de certa forma e similarmente, de maneira contrária ao cenário estabelecido pelos autores, quando foi possível perceber que nenhum deles deseja mostrar a imagem do seu filho no blog, sendo que alguns deles não o fazem nunca. Por outro lado, Blum-Ross (2015), que pesquisa a prática do “*sharenting*” (*share* + *parenting*), pontua que muitos pais fazem questão de compartilhar fotografias dos filhos, sem preocuparem-se com questões como privacidade e direitos autorais (a imagem fica online e disponível para quem quiser salvá-la e replicá-la). A investigadora indica que os blogueiros, em geral, compartilham ainda mais as imagens dos filhos, pois sabem que isso gera mais engajamento aos seus canais.

No caso do blog *O Melhor Pai do mundo*, o pai faz questão de não exibir fotografias do rosto do seu filho nem no seu blog, nem no *Instagram*. O blogueiro é ciente de que mostrar a família traria mais seguidores ao blog, mas – por princípio de privacidade – mantém-se firme na sua decisão:

Aqui neste blog, repito, eu sou o personagem principal. Não como modelo para Pais, mas apenas como exemplo do bom e do mau que faço como Pai. Claro que seria mais apelativo, tendo em conta os blogs de família que existem, encher as minhas histórias de fotografias do meu filho e da minha família, mas neste caso as histórias são sobretudo feitas de palavras, de testemunhos escritos. [...] É um estilo diferente, é. Prezo muito a minha privacidade. (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 11 outubro)<sup>61</sup>.

Da mesma forma, o blogueiro de *Cenas e Coisas de um Pai* também não mostra nitidamente os filhos nas fotografias, tanto no blog quanto no *Instagram*. Os filhos até aparecem bastante para ilustrar as postagens, mas o autor faz interferências gráficas para que

---

<sup>61</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-este-blog-e-sobre-o-pai-36797>

as crianças não sejam identificadas ou as mostra de ângulos que não revelam o rosto, conforme mostra a Figura 17, abaixo.

**Figura 17 – Fotografia “A melhor cena do mundo” blog *Cenas e Coisas de um Pai***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de *Cenas e Coisas de um Pai* (2017, 15 novembro)<sup>62</sup>

Já o blogueiro do *Canal S.E.R. Pai* não mostra a imagem da filha em nenhum dos posts analisados, optando por imagens genéricas de outras famílias/crianças, memes e ilustrações como recursos para ilustrar seus posts. Porém, em nenhum dos posts faz alusão a isso, ou seja, não justifica essa escolha. Já no *Instagram*, o autor mostra a imagem da filha, porém, em apenas três dos 61 posts analisados.

Blum-Ross (2015) acrescenta que nos ambientes virtuais novas pressões sociais surgem e é esperado que os pais compartilhem constantemente fotos dos seus filhos. Essa pressão pode ser ilustrada em uma verbalização do blogueiro do *Paizinho, Vírgula!*, que se justifica por não expor seus filhos nas suas plataformas.

As pessoas vivem pedindo para os meus filhos aparecerem mais... Eu realmente não gostaria muito de expor meus filhos na internet. Entendeu? Nada contra as pessoas que fazem isso [...] mas eu não gostaria muito de ficar expondo a figura deles por aqui. É por isso então que vocês normalmente não vêem muitas das fotos dos meus filhos nem no *Instagram*, nem por aqui. (Paizinho, Vírgula!, 2017, 23 agosto)<sup>63</sup>.

<sup>62</sup> Recuperado a partir de <https://cenasecoisadeumpai.wordpress.com/2017/11/15/a-melhor-cena-do-mundo/>

<sup>63</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/filhos-perfeitos/>

O pai do *Paizinho, Vírgula!* não mostra o rosto dos filhos em nenhum dos posts/vídeos do blog analisados, porém o faz em alguns posts do *Instagram* (30 dos 185 analisados). Ao verificar os *likes* do *Instagram* dos quatro blogueiros, no mesmo período da análise dos blogs (agosto de 2017 a janeiro de 2018), vemos a “fome de realidade”, destacada por Sibilía (2016). Foi verificado que os posts mais curtidos são os que mostram mais a intimidade dos autores, preferencialmente os que aparecem as crianças (mesmo que de costas). Quase todos os blogs (com exceção do *Canal S.E.R. Pai*) tiveram como posts mais repercutidos no *Instagram* os que mostraram a imagem dos filhos, conforme evidenciam as Figuras 18, 19 e 20.

**Figura 18 – Print screen tela *Instagram* *Paizinho, Vírgula!***



**Fonte: Criado pela autora com dados extraídos do *Instagram* *Paizinho Virgula* Oficial (2017, 16 dezembro)<sup>64</sup>**

<sup>64</sup> Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/p/BcyF73LhDVg/?taken-by=paizinhovirgulaoficial>

**Figura 19 – Print screen tela Instagram O Melhor Pai do Mundo**



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos do Instagram O Melhor Pai do Mundo.Pt (2017, 15 setembro)<sup>65</sup>

**Figura 20 – Print screen tela Instagram Cenas e Coisas de um Pai**



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos do Instagram Cenas e Coisas de um Pai (2017, 25 dezembro)<sup>66</sup>

Na partilha sobre parentalidade, verifica-se então “uma sobrevalorização mediática das imagens das crianças” (Jorge et al., 2017, p. 151). Observamos também a escolha de cada pai, pois no caso dos blogs *O Melhor Pai do Mundo* e *Cenas e Coisas de um Pai* o rosto das crianças não é identificado. Já no post mais curtido do *Paizinho, Virgula!* (com 1.820

<sup>65</sup> Recuperado a partir de [https://www.instagram.com/p/BZDtS\\_w11wG/?taken-by=omelhorpaidomundo.pt](https://www.instagram.com/p/BZDtS_w11wG/?taken-by=omelhorpaidomundo.pt)

<sup>66</sup> Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/p/BdH-zilAp8u/?taken-by=cenasecoisasdeumpai>

likes), o autor postou uma foto que ainda gera bastante curiosidade por parte da audiência, mostrando o “antes e depois” do corte de cabelo do filho.

### *V.2.2 Estratégias de mediação parental*

Além de depararem-se com questões de privacidade e autoexposição, os pais da atualidade têm um desafio quanto ao controle do uso que seus filhos fazem da internet. As múltiplas telas tornam-se mais complicadas de serem administradas do que a televisão (Livingstone et al., 2015) e gerir o acesso das crianças é uma preocupação que atinge os pais da atualidade.

Observamos que esse é um assunto que não foi discutido com frequência nos blogs analisados, pois apareceu somente duas vezes no total. O pai do *O Melhor Pai do Mundo* deixa clara a sua opinião, em um post dedicado exclusivamente ao tema, onde se insere no comportamento parental dominante e comenta:

Quem como Pai nunca espreitou o que os filhos andam a ver no Youtube? Quem nunca emprestou o telemóvel ou o tablet num restaurante para que as crianças pudessem ver uns vídeos? [...] Esta realidade obriga os Pais a terem alguns cuidados. Deixar que as crianças possam gerir livremente a sua navegação pelo Youtube é um perigo. [...] Convém observar e passar algumas recomendações. (O Melhor Pai do Mundo, 2018, 12 janeiro)<sup>67</sup>.

Após essa ponderação, o blogueiro relata sua experiência pessoal para dar um conselho aos pais: “O meu filho acede ao Youtube com o meu perfil ou o da Mãe. Isto permite-nos monitorizar o histórico de vídeos que são visualizados” (O Melhor Pai do Mundo, 2018, 12 janeiro). Ele deixa claro, ainda, que não é contra “youtubers” e afins, mas que é importante filtrar e monitorar o conteúdo que os filhos podem assistir:

Não me junto aos Pais que se insurgem contra os Youtubers. Eles têm a sua forma de comunicar com a comunidade. Quem não gosta muda de canal. Se são as crianças que vêm, os Pais não podem virar costas. Seja a acompanhar o histórico, seja a aumentar o controlo parental e mesmo que as crianças tenham o seu próprio telemóvel, não podem ser deixados a navegar livremente. [...] O Youtube não é um bicho papão, tem conhecimento, tem entretenimento, tem coisas boas e, claro, tem coisas más. (O Melhor Pai do Mundo, 2018, 12 janeiro).

---

<sup>67</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-olha-este-video-no-youtube-40927>



Já o blogueiro do *Canal S.E.R. Pai*, seguindo seu estilo mais jornalístico e informativo, replica uma matéria publicada em uma revista acadêmica sobre os riscos do uso de *smartphones* e *tablets* por crianças pequenas (Figura 21).

O uso diário de smartphones e tablets pode prejudicar o sono de bebês e crianças, revela um estudo publicado na última sexta-feira no periódico *Scientific Reports*. Segundo os pesquisadores, os pequenos passam a dormir menos e demoram mais para pegar no sono quando brincam com esses dispositivos todos os dias. Esse efeito pode ser observado inclusive em bebês a partir de seis meses de idade. (Canal Ser Pai, 2017, 10 agosto)<sup>68</sup>.

**Figura 21 – Matéria sobre *smartphones* no blog *Canal S.E.R. Pai***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de Canal Ser Pai (2017, 10 agosto)

### **V.3 Discursos sobre gênero**

Entre as categorias de tema, também nos interessa analisar como os blogueiros propagaram seus “discursos sobre gênero” e, logo, verificar como confrontam a própria masculinidade. Esse tema foi abordado diretamente nos blogs *Paizinho*, *Vírgula!*, *Canal S.E.R. Pai* e *O Melhor Pai do Mundo* em diferentes contextos, que veremos a seguir.

Como vimos, Badinter (1993) afirmava que uma nova geração de homens se encontra em mutação. São homens que – mesmo educados pelo antigo modelo – questionam uma virilidade ancestral e reinventam a masculinidade. Nesse cenário, a paternidade ativa

<sup>68</sup> Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/10/smartphones-pode-prejudicar-o-sono-de-bebes/>

apresenta-se como uma experiência reconstituente e permite perceber o masculino e feminino com um novo olhar. Para Arteiro e Passos (2016), que estudaram blogs de maternidade, os ambientes virtuais criam uma rede de pertencimento e apoio à construção do maternar, tanto pelo suporte quanto pela apresentação de novos modelos: “É possível verificar que se realiza nesse espaço público contemporâneo uma espécie de teorização informal a partir de reflexões coletivas no que tange aos conceitos de feminilidade/maternidade” (p. 5). Da mesma forma, os blogs de paternidade fazem refletir e geram discussões sobre masculinidade, o que percebemos nos discursos analisados que colocavam a opinião do pai no que diz respeito às questões de gênero.

Nos posts do blog *O Melhor Pai do Mundo*, os que foram enquadrados na categoria de tema “discursos sobre gênero” questionam especialmente princípios da masculinidade hegemônica, que exclui da esfera masculina o mundo afetivo, sentimental e de cuidados (Bergara et al., 2008). O blogueiro reflete sobre questões ligadas a sua experiência e condição como homem/pai:

Diz-se que os homens não choram. Que os homens são seres humanos frios, de coração de pedra e que os seus sentimentos estão escondidos nas profundezas do seu interior. Mentira, claro! [...] É certo que raramente choro, talvez por aquilo que escrevi em cima de crescermos forçados a reprimir esta expressão. Aprendi com a idade que não ganho nada com isso e que não quero que o meu filho o faça, sobretudo quando está comigo e com a Mãe. Mais tarde, vai também fazê-lo com quem o acompanhar na vida. (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 25 setembro)<sup>69</sup>.

Porém, para falar sobre sua masculinidade/paternidade, acaba se posicionando em oposição às mulheres, usando alguns estereótipos femininos, ligados à beleza e à moda:

É frequente numa conversa entre mulheres onde uma delas acabou de ser Mãe, comentarem a forma física. A recuperação depois de uma mulher ser Mãe é mais um ponto de pressão nas costas da já super mulher. [...] Nos homens não há pressão, apenas uns comentários sobre se temos olheiras ou andamos mais cansados, mas da forma física depois de ser Pai é algo que o homem não se preocupa. [...] Temos de nos lembrar que, embora um filho mude a nossa vida, nós continuamos a existir. Tratar de nós é assegurar que o nosso filho tem um Pai saudável por mais tempo, que tem mais força para as brincadeiras e sobretudo que se sente bem consigo próprio. (O Melhor Pai do Mundo, 2018, 4 janeiro)<sup>70</sup>.

<sup>69</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-eu-nunca-te-vi-a-chorar-35607>

<sup>70</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-nao-te-esquecas-de-tratar-de-ti-40353>



Os Pais homens têm tanto por dizer, mas é-lhes mais difícil de expressar sentimentos. Acredito nisto! Gosto de ver as diferenças, as preocupações das mulheres, a sua falta de confiança e constante reflexão sobre se são boas mães. E claro, as roupinhas e as festinhas sempre presentes. (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 8 novembro)<sup>71</sup>.

Já o blog *Canal S.E.R. Pai* defende a igualdade de gênero, ao adaptar um texto de outro site de parentalidade, intitulado “Porque não chamo minha filha de princesa”. No post, ele fala sobre a importância de incentivarmos as meninas a serem o que elas quiserem. Assim, posiciona-se pelo ponto de vista feminino, o que pode se justificar pelo fato do autor ser pai de menina.

Procurando por um presente no shopping, eu vi um livro com o título “Princesas também podem ser Piratas”. O livro como parece coloca as coisas como devem ser: meninas podem ser qualquer coisa que um menino também possa, para ser mais específico, meninas podem ser/fazer qualquer coisa que um menino “tradicionalmente” faz, ou qualquer coisa que a sociedade diga que um menino deve/pode fazer. Elas podem jogar com bonecos do estilo “comandos e ação”, jogar futebol, brincar de carrinho, podem se sujar, podem brincar com avião de papel. E obviamente podem ser piratas. [...] Mas não posso deixar passar o “*princesamento*”. Primeiramente, por que elas são princesas? Elas já começam estereotipadas, e se elas não quiserem ser? E se elas não quiserem nada que ligue ao mundo da realeza? (Canal Ser Pai, 2017, 17 agosto)<sup>72</sup>.

O blogueiro mostra-se bastante favorável à equidade de gênero, ao replicar no seu blog uma grande reportagem sobre medidas adotadas na Suécia, desde a pré-escola, para promover a igualdade de gênero. O artigo também salienta a política de licença parental do país, que ocupa o 4º lugar (em 142) no ranking do Fórum Econômico Mundial que mede a igualdade de gênero (Figura 22).

<sup>71</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-as-familias-pumpkin-nomearam-o-38093>

<sup>72</sup> Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/17/por-que-nao-chamo-minha-filha-de-princesa/>

**Figura 22 – Matéria igualdade de gênero no blog *Canal S.E.R. Pai***



**Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de Canal Ser Pai (2017, 5 setembro)<sup>73</sup>.**

Pai de dois meninos, o autor do blog “Paizinho, Vírgula!” expõe nos seus posts o peso que é educar uma criança do sexo masculino, para que o mesmo não seja contaminado por ideologias machistas. Quando fala de gênero, o blogueiro então se posiciona a favor da quebra de modelos masculinos pré-determinados e pela liberdade dos meninos serem e sentirem o que desejarem.

Sendo pai de dois filhos meninos, cada vez mais eu me preocupo com a responsabilidade que é criar homens na nossa sociedade hoje em dia. Como fazer para que eles não precisem desconstruir tanto quanto eu tive que desconstruir quando me tornei adulto? Como mostrar a eles sobre respeito, emoções, consentimento, e tantas outras coisas que ninguém acha que meninos deveriam pensar sobre? (Paizinho, Vírgula!, 2018, 29 janeiro)<sup>74</sup>.

Mas, voltando aos meus filhos, você sabe por que eu digo a eles que brinquedos são para crianças? Porque eu não gostaria que eles se sentissem aprisionados em um determinado tipo de brinquedos, independente do que a sociedade definiu para o gênero deles. Ou seja, eu não gostaria que eles fossem proibidos de brincar com os brinquedos considerados “de menina”, ao mesmo tempo que eu não gostaria que eles se sentissem obrigados a só brincarem com brinquedos considerados “de menina” [...] Ah, e lembrando que eu escrevo isso como um pai, homem, mas que já foi um menino que só tinha brinquedos de meninos. (Paizinho, Vírgula!, 2017, 24 outubro)<sup>75</sup>.

<sup>73</sup> Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/09/05/como-a-igualdade-de-genero-fez-da-suecia-um-pais-melhor/>

<sup>74</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/falando-com-meninos-do-jeito-que-falamos-com-meninas/>

<sup>75</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/brincar/>

Não enquadrámos nenhum post do blog *Cenas e Coisas de um Pai* no tema “discursos sobre gênero”. No entanto, nossa análise detectou dois posts que mostram o posicionamento do autor. Mesmo sem falar explicitamente sobre igualdade de gênero, o blogueiro mostrou o seu ponto de vista ao mostrar sua filha fazendo atividades esportivas que são consideradas estereotipadas como masculinas. Na sua fala, o autor não se amarra a nenhum preconceito e deixa claro que é a favor de que a criança deve ser livre ao brincar.

Eu podia muito bem ter evitado isto. Bastava dizer “Margarida, senta-te aqui e deixa de ser criança” mas não. Eu quero que os meus putos sejam crianças tal como eu o fui (e sou), que brinquem sem medos. Quedas, nodoas negras, arranhões, feridas, sujidade... faz tudo parte... e se não acontecesse não era a mesma coisa. (Cenas e Coisas de um Pai, 2017, 25 setembro)<sup>76</sup>.

**Figura 23 – Post skate blog *Cenas e Coisas de um Pai***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de *Cenas e Coisas de um Pai* (2017, 25 setembro)

O autor também ironiza o termo “princesa” e o desconstrói ao mostrar sua filha andando de bicicleta de forma radical (Figura 24): “Hoje foi dia de testar a bicicleta (com rodinhas) nova. Não teve medo, não caiu, não atropelou ninguém e andou sempre na esgalha! Yeahhh!” (Cenas e Coisas de um Pai, 2017, 2 outubro)<sup>77</sup>.

<sup>76</sup> Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/2017/09/25/skaaiiite/>

<sup>77</sup> Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/2017/10/02/princesa-do-asfalto/>

**Figura 24 – Post “Princesa do asfalto” no blog *Cenas e Coisas de um Pai***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de *Cenas e Coisas de um Pai* (2017, 2 outubro)

Parece haver um consenso dos pais quanto à valorização de uma maior igualdade entre os gêneros, sendo isso vantajoso tanto para homens, como para mulheres. Dessa forma, conseguimos estabelecer um paralelo entre os discursos dos blogueiros com conceitos pós-feministas, que desconstruem o gênero enquanto categoria fixa e imutável (Butler, 2003; Scott, 1995).

Os blogueiros percebem ainda a importância de passar essa mensagem para os seus filhos. Provavelmente eles foram educados de uma forma diferente e agora enxergam a necessidade de um questionamento e de uma mudança. Dessa forma, utilizam o espaço dos seus blogs para discutir o assunto, revelando suas convicções. O discurso dos posts analisados indica um desejo de liberdade, tanto para as crianças, como para os homens/pais.

#### **V.4 Blog como rede de pertencimento**

No contexto tecnológico, a internet pode servir como uma rede de apoio ao criar comunidades virtuais sobre assuntos de comum interesse, fornecendo informações, suporte e conselhos (Burrows et al., 2000). Nesse sentido, como afirma Damkjaer (2017), os blogs de paternidade assumem uma grande importância, na medida em que promovem engajamento e encorajam pais a se desenvolverem no seu novo papel.

Em sua pesquisa, Ferreira (2017, p. 13) aponta que “a internet disponibiliza recursos que podem ter efeitos benéficos e recíprocos nos indivíduos e nos grupos a que se sentem identificados” e salienta que “os pais tendem a confiar cada vez mais nos conteúdos web para obter informações sobre os seus filhos”. Ou seja, a internet opera como um espaço de confiança para adquirir, disponibilizar e trocar informações, sendo parte fundamental para muitos pais na sua caminhada.

Assim, concordando que a paternidade atual passa por um processo de constante (des)construção, as redes de apoio entre pais fortalecem e auxiliam no exercício de ser pai. Os pais digitais, independentemente do lado que ocupam na tela, têm a oportunidade de ajudar a criar um “terreno propício para experimentar e desenvolver novas subjetividades e outras formas de se relacionar com os demais” (Sibilia, 2016, p. 52/53).

Observamos que os quatro blogs analisados alargam sua participação no online para as redes sociais, gerando, assim, mais espaço e oportunidades para que os leitores possam comentar os conteúdos e para que se conectem/troquem informações e experiências, seja com os próprios autores, como com outros leitores. Como aponta Ferreira (2017, p. 11),

[...]o surgimento das redes sociais forneceu uma forma mais recente de ligação com outros pais e de troca de detalhes pessoais sobre gravidez e experiências parentais. Redes sociais, como Facebook, YouTube, Pinterest, Twitter e Instagram oferecem aos pais a oportunidade para descarregar o seu material e responder, selecionar, fazer “tag” ou partilhar o conteúdo de outras pessoas.

Ao entrevistar diversos homens que possuem blog sobre paternidade, Ranson (2015) concluiu que um dos maiores benefícios para os pais ao ter um blog é a oportunidade de criar uma comunidade, seja com outros blogueiros como com os leitores. Essa rede, como indica a pesquisadora, pode ainda se estender do online para o offline. Foi o que percebemos no nosso estudo, ao identificar dois blogs que promovem diversos encontros que extrapolam as fronteiras digitais.

O *Canal S.E.R. Pai* promove cursos de paternidade, nos quais – com a parceria de profissionais de áreas da saúde – dá dicas, principalmente, para pais principiantes. Para divulgar, ele faz uso das suas plataformas online, espaço que também o valida como expert (Figura 25).

**Figura 25 – Print screen foto curso Instagram Canal S.E.R. Pai**



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos do Instagram do Canal S.E.R. Pai (2017, 30 agosto)<sup>78</sup>

Já o blogueiro do *Paizinho, Vírgula!* viaja pelo Brasil promovendo o “Encontro do Paizinho”, que fala de “disciplina positiva/criação com apego”. O encontro é direcionado para pais e mães e, portanto, não tem como tema central a parentalidade vivida pelo homem/pai. Ele também utiliza suas plataformas como blog, *YouTube*, *Facebook* e *Instagram* para divulgar os encontros e proporcionar trocas, conforme Figura 26.

**Figura 26 – Print screen encontro Instagram Paizinho, Vírgula!**



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos do Instagram Paizinho Virgula Oficial (2017, 6 dezembro)<sup>79</sup>

<sup>78</sup> Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/p/BYb55tQH66k/?taken-by=canalserpai>

<sup>79</sup> Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/p/BcXJhUuBjGC/?taken-by=paizinhovirgulaoficial>

## V.5 A profissionalização dos blogs e a construção do pai como personagem visível

Podemos pensar que os encontros e cursos mencionados acima são produtos originados pelo blog e esse fato nos faz refletir sobre a profissionalização desses espaços virtuais. Para Ranson (2015), a comercialização dos blogs e canais digitais sobre paternidade está em ascensão e, para os pais, tornar-se um blogueiro profissional pode ser um meio de gerarem renda para a família ao mesmo tempo que podem ficar em casa com os seus filhos. A autora acredita que o crescimento de blogs profissionais talvez seja uma evidência da aceitação geral de seu elemento comercial (e, logo, do potencial de pais como porta-vozes de uma marca), e da necessidade de os blogueiros serem cada vez mais perspicazes no cultivo de seus leitores.

Na nossa análise, a partir das categorias “Vozes da postagem” e “Tom da postagem” verificamos a presença de publiposts em dois blogs: *O Melhor Pai do Mundo* e *Paizinho, Vírgula!*. No entanto, o que mais nos chamou a atenção ao analisarmos os posts patrocinados que surgiram nesse estudo foi constatar que todos os blogueiros divulgaram marcas e produtos de segmentos tradicionalmente estereotipados como femininos. Dos oito publiposts identificados, dois eram referentes a produtos do segmento de moda/vestuário, dois de cuidado com a saúde/estética e um de cuidado com o lar.

Nesse sentido, percebemos o que afirma Januário (2016), ao constatar que a publicidade está deixando de lado a imagem do homem como sexo forte e provedor, para atualizar-se e acompanhar as mudanças na masculinidade contemporânea. “Inicia-se um processo destinado a associar ao homem mais sensibilidade, ou seja, a busca de uma nova identidade masculina” (Januário, 2016, p. 231). Ranson (2017) concorda e conclui que a atenção dada por parte de anunciantes aos pais blogueiros dá indícios de uma construção positiva na imagem do pai, o que fica mais evidente no caso da associação de marcas ligadas à beleza/cuidados com a saúde e cuidados com o lar, como vimos na nossa análise. Assim, interpretamos também que a indústria está percebendo a influência do pai nas decisões de compra da família

No entanto, para veicular essas mensagens publicitárias, os blogueiros devem inseri-las no conteúdo editorial do seu blog e, nesse sentido, vemos que cada um usa uma estratégia diferente. O *Paizinho, Vírgula!*, por exemplo, associou os dois publiposts com publicações com títulos e assuntos que costumam gerar bastante curiosidade. O post “Como funciona a minha rotina” (Figura 27), por exemplo, é o gancho para uma publicidade da marca de pastas

de dente Colgate: “A Colgate veio dar aquela ajudinha pra gente que é a pai, a ajudar a melhorar os hábitos de escovação dos nosso filhos” (Paizinho, Vírgula!, 2017, 6 setembro)<sup>80</sup>.

**Figura 27 – Publipost Colgate no blog *Paizinho, Vírgula!***



**Fonte:** Criado pela autora com dados extraídos de Paizinho,Vírgula! (2017, 6 setembro)

O blogueiro faz a divulgação de uma nova linha de escovas e pastas de dente infantil no início do seu vídeo e depois segue com o conteúdo prometido, revelando alguns detalhes da sua rotina. Da mesma forma, associa um publipost da marca de calçados masculinos Kildare a um post com um título, de certa maneira, apelativo: “O Melhor Pai do Mundo”. Logo percebemos que esse título foi escolhido por estar de acordo com o posicionamento da marca divulgada: “O Recadinho de hoje é patrocinado pela Kildare! A Kildare é uma marca sinônimo de calçados para o dia a dia de nós, pais. E através de pesquisas e tecnologias próprias ela está em busca de produzir o melhor sapato do mundo. (Paizinho, Vírgula!, 2017, 9 agosto)<sup>81</sup>.

No blog *Cenas e Coisas de um Pai* encontramos um post no qual uma das vozes é um centro comercial. Embora não fique claro se é um post pago, ele tem um apelo publicitário semelhante ao que vimos no *Paizinho, Vírgula!*, na medida em que usa um título também, de certa maneira, apelativo: “Como ter uma noite tranquila” (Figura 28). Nesse mesmo post, o blogueiro ainda coloca fotos dos filhos brincando, algo que não costuma fazer em seu blog:

<sup>80</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/rotina/>

<sup>81</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/melhor-pai/>



Como ter uma noite tranquila? É bem simples! Basta levar a pequenada a um parque e deixá-los serem crianças. Hoje estivemos no novo parque do Freeport Lisboa Fashion Outlet e o parque é tão fixe que até eu quis ir para lá brincar, mas a Mara não me deixou. O parque para além de ser esteticamente brutal (à noite torna-se mágico) é muito estimulante à coordenação motora. Resultado, tenho os putos a dormir desde as 21:30! YEAHHH! Façam uma visita! (Cenas e Coisas de um Pai, 2017, 3 dezembro)<sup>82</sup>.

**Figura 28 – Post “Como ter uma noite tranquila” no blog *Cenas e Coisas de um Pai***



**Fonte: Criado pela autora com dados extraídos de Cenas e Coisas de um Pai (2017, 3 dezembro)**

Já o blogueiro do *O Melhor Pai do Mundo*, apesar de misturar os conteúdos patrocinados às suas narrativas cotidianas, deixa claro através da sua linguagem e abordagem que está fazendo publicidade de algum produto. Notamos isso na medida em que a divulgação da marca ocupa uma parte central da narrativa:

Há uns tempos, precisei de ir comprar meias para o mais pequeno. Coube-me a mim esta tarefa e lá fui eu a uma loja de desporto conhecida comprar meias para o rapaz. Pretas de desporto, pois claro! Chegado a casa, mostrei as meias e quando me preparava para as colocar na gaveta respetiva ouço “Pai espera, compraste todas da mesma cor e para fazer desporto? Não havia meias de outras cores?” [...] Na minha busca por mudar a minha forma de olhar para as meias encontrei um serviço que me surpreendeu e que encaixa perfeitamente na ideia de que as meias não têm de ser sempre pretas. Tem um nome sugestivo Meyash e propõe enviar um par de meias diferente todos os meses. (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 7 dezembro)<sup>83</sup>.

<sup>82</sup> Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/2017/12/03/como-ter-uma-noite-tranquila/>

<sup>83</sup> Recuperado a partir de <http://omelhoriapaidomundo.pt/pai-no-natal-vou-oferecer-te-meias-39088>

As tarefas domésticas fazem parte da rotina de qualquer família. Com filhos as coisas tornam-se por vezes caóticas porque as tarefas multiplicam-se e, na maioria das vezes, as crianças não ajudam. Porém, faz parte da educação envolver as crianças nos afazeres lá de casa [...] Eu estou sempre à procura de algo que nos ajude a rentabilizar o tempo. Há dias a Vileda desafiou-me a experimentar o Virobi Slim, uma espécie de mopa de chão robotizada que percorre o chão da casa. [...] “Pai, já viste este robô que limpa o chão sozinho?”. Eu já tinha ouvido falar, mas achava sempre que era algo caro. Custa cerca de 35€-40€ e tem também panos recarregáveis. (O Melhor Pai do Mundo, 2017, 22 dezembro)<sup>84</sup>.

Se há coisa que nos preocupamos cá em casa é por cuidarmos da nossa pele. Não há dia que passe sem que todos, sem exceção, não coloquemos o nosso creme hidratante. [...] E que creme usamos cá em casa? Que creme se adapta a estas diferentes características? Encontramos o creme hidratante da marca portuguesa Soft & Co que combina ingredientes naturais e que deixam a minha pele e a da minha família, hidratada, suave e regenerada. (O Melhor Pai do Mundo, 2018, 8 janeiro)<sup>85</sup>.

Pensando na responsabilidade social que os blogs de paternidade têm, refletimos se a comercialização dos conteúdos não poderia enfraquecer o caráter ativista dos blogs (Ranson, 2015), assim como a autenticidade dos relatos. No momento em que os blogueiros optam por fazer dos seus canais uma forma de faturar dinheiro, passam a perseguir uma lógica capitalista que exige muitos *views* no seu canal, assim como a atualização constante de conteúdo, podendo, assim, haver um distanciamento do propósito original do blog. Para Sibilia (2015, p. 357), as mídias sociais permitem que “qualquer pessoa se torne uma marca” e, assim, podemos pensar que os autores devem manter uma imagem e “performar e projetar um eu atraente – para um público potencialmente infinito”. Januário (2016, p. 169) concorda ao afirmar que

A produção de imagens, sob formatos variados e aliadas a tecnologias diversas, podem auxiliar-nos na tarefa de (re) conhecer e compreender o mundo. No entanto, é importante refletir sobre como estas imagens são moldadas pelo olhar do autor (produtor): é que além de contextualiza-las com as suas referências (cultura, história e sociedade), também as pode forjar, moldar e recortar para a normatização de um discurso e/ou representação para seu próprio benefício.

Podemos pensar que, a partir do olhar de uma audiência, os diários virtuais fazem circular discursos que passam por diferentes filtros, “contribuindo tanto para o delineamento do pensamento coletivo, quanto para a sugestão à formação cultural dos sujeitos” (Mello et al., 2014). Os blogs de paternidade operam, então, como espaços onde os homens reconstroem e desconstroem uma imagem moldada por muito tempo e que, agora, assume

<sup>84</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-posso-ajudar-a-arrumar-a-casa-39738>

<sup>85</sup> Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-ca-em-casa-a-nossa-pele-e-macia-e-40611>

novas características. Apoiados pelas particularidades das plataformas digitais, os blogueiros ganham status de celebridade e alcançam o reconhecimento de uma audiência, ao construir um discurso de proximidade e autenticidade (Jorge et al., 2017).

Assim, expressam-se com a responsabilidade de mostrar e ensinar novas formas de ser, de “performar suas personalidades e ensinar suas vidas na visibilidade das telas interconectadas” (Sibilia, 2015, p. 31). Há uma performance na medida em que se tem a constante admiração do espectador e, assim, cria-se uma lógica de visibilidade na qual a identidade é construída a partir do olhar do outro. Sob olhares atentos e curiosos, revelam em seus espaços doses bem calculadas de uma realidade feita dos fragmentos de um homem/pai em constante (des)construção: “E eu, será que eu sou perfeito? Olha, estamos longe disso e, na verdade, nem estamos perseguindo esse tipo de meta! Mas vamos conversar sobre filhos e pais reais...” (Paizinho, Vírgula!, 2017, 23 agosto) <sup>86</sup>.

---

<sup>86</sup> Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/filhos-perfeitos/>

## CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do presente estudo consistiu em analisar e compreender as diferentes formas como os blogs assinados por pais podem contribuir para construir novos significados e representações acerca da paternidade contemporânea. Ao abordarmos dois fenômenos contemporâneos – a paternidade ativa e a comunicação digital – foi interessante observar os “nós” que se destacaram no entrelaçar dos diferentes fios que conduziram esse trabalho.

O cruzamento de dados empíricos e estatísticos com as perspectivas teóricas sobre gênero (Butler, 2003), maternidade (Badinter, 1985), paternidade (Ranson, 2015, 2017), masculinidade (Badinter, 1993; Januário, 2016; Bergara et al., 2008), comunicação (Fischer, 1997, 2001, 2002) e novas mídias (Sibilia, 2016; Lemos, 2002), nos fez apurar que a variável da “visibilidade”, conferida pelos blogs, tem muita relevância para os novos entendimentos acerca da paternidade. Semelhante ao que refletiu Ranson (2015) em seus estudos com pais blogueiros, concordamos que as vitrines potencializadas pelos meios digitais se tornam um fator significativo na medida em que contribuem para a mudança de discursos populares e entendimentos dominantes sobre pais e masculinidade.

Especialmente Sibilia (2016) nos ajudou a compreender o ambiente virtual como desenvolvedor de novas identidades e subjetividades, mas também chamou a atenção quanto às lógicas midiáticas que guiam a espetacularização e a possível ficcionalização do autor e da sua narrativa. Nesse sentido, nos quatro pais acompanhados em seus diários virtuais, percebemos diferenças, uns dos outros, na forma como se expõem e como conduzem os seus canais. Enquanto os blogs portugueses parecem escrever orientados por uma lógica confessional, de dentro para fora, os blogs brasileiros transparecem fazer o contrário, na medida em que apresentam conteúdos e recursos semelhantes aos produtos de mídia e entretenimento. Em todos os casos, concordamos com Braga (2009), quando refletimos que é questionável a autenticidade dos relatos, pois

[...] se considerarmos que a narração de uma história implica a adequação da experiência vivida no âmbito privado à aparição pública, como no caso dos blogs – textos visando publicização –, fica claro o limite frágil dessa analogia [...] principalmente à medida que o uso dos blogs foi se estabelecendo por outros caminhos, especialmente na interação que estabeleceu com os discursos literário e jornalístico. (Braga, 2009, p. 79).

Apesar disso, compreendemos e reforçamos a ideia de que os blogs de paternidade têm um valor relevante, visto que rompem com parâmetros tradicionais dos papéis de gênero

e fazem veicular novas representações culturais. Com uma certa dose de otimismo, percebemos um movimento transformador, uma possível atualização da figura do pai e um reposicionamento nos papéis do pai e da mãe. Observando os novos modelos de paternidade em circulação nos ambientes midiáticos, assim como as melhorias nas políticas públicas acerca de licença parental – tanto no Brasil como em Portugal – vislumbramos reflexos de uma sociedade em mutação.

Nesse sentido, a coleta de dados por meio de blogs de paternidade nos forneceu um rico material para observar e debater essas mudanças. A partir dos temas mais presentes na exploração do conteúdo analisado, vimos, principalmente, que há uma forte preocupação em incentivar a paternidade ativa. Isso nos faz refletir que, diferente da mãe que é culturalmente determinada a desempenhar seu papel com perfeição (Badinter, 1985), o homem parece necessitar de uma convocação e (convencimento) para exercer seu papel de pai.

Outra reflexão que emergiu foi a de que, apesar de estarem constantemente convocando seu público para uma paternidade mais ativa, os blogueiros demonstraram mais atividade nas esferas da educação e do lazer. Praticamente não dão nenhuma dica ou relatam experiência referente ao “cuidado”, no que tange à alimentação, à saúde e às tarefas domésticas, por exemplo. Esse fato se relaciona com as pesquisas que encontramos sobre o uso dos tempos de homens e mulheres no cuidado infantil no Brasil e em Portugal (Soares & Saboia, 2007; Amâncio & Wall, 2004; Ipea, 2008; Aboim & Cunha, 2010; Fontoura et al., 2010; Levto et al., 2015; Perista et al., 2016) que evidenciam que ainda há um longo caminho a ser percorrido para uma divisão igualitária nesse aspecto, embora já ocorram algumas alterações nas convenções sociais de gênero.

Contudo, a partir de outras evidências previamente expostas na discussão dos resultados, destacamos que os blogueiros/blogs analisados ensinam o homem novas formas de exercer seu papel como pai, de diferentes maneiras:

1. Servem de espelho ao exporem sua experiência como pais envolvidos na criação dos filhos;
2. Acolhem ao mostrarem as dificuldades na parentalidade;
3. Geram identificação ao se mostrarem imperfeitos e em construção;
4. Capacitam ao transmitirem conhecimento e informações;
5. Desconstroem ideias ao discutirem gênero;
6. Integram ao criarem uma rede de apoio.

Por fim, vale mencionar que foi muito interessante observarmos homens assumindo a paternidade como parte da sua identidade e como parte importante das suas vidas. Acreditamos que movimentos como os blogs de paternidade desafiam padrões e personificam um homem em transformação, em nome de uma masculinidade mais livre e amorosa. Eles têm um importante papel, pois geram representatividade, ao mostrar publicamente pais em (des)construção. Além disso, contribuem para uma divisão mais justa na criação dos filhos, tirando da mãe o peso de “cuidadora por natureza”, oferecendo mais espaço para que os pais se desenvolvam nessa função e para que as crianças tenham uma criação emocionalmente mais rica e saudável.

Estando a par do constante surgimento de novos blogs de paternidade, ressaltamos a importância de outras investigações acerca do fenômeno, com um *corpus* mais extenso. Estudos futuros poderiam contemplar ainda a análise das redes sociais desses pais midiáticos, a fim de assim acompanhar também a interação dos usuários e perceber as características dos componentes dessa nova rede, em constante composição. Também consideramos que seria interessante confrontar blogs de paternidade com blogs de maternidade, para comparar possíveis semelhanças e diferenças entre gêneros.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aboim, S. & Cunha, V. (2010). *A vida familiar no masculino: negociando velhas e novas masculinidades. Género, família e mudança em Portugal*. Lisboa: Comissão para Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE), 39-66, Recuperado a partir de <https://bit.ly/2J6tFHf>
- Addati, L., Cassirer, N. & Gilchrist, K. (2014). *Maternity and paternity at work: Law and practice across the world*. International Labour Office.
- Almeida, M. V. de. (1995). *Senhores de Si: uma Interpretação Antropológica da Masculinidade*. Lisboa: Fim de Século, Recuperado a partir de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93131997000100015&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93131997000100015&script=sci_arttext&tlng=es)
- Almeida, S., Pereda, P. & Ferreira, R. (2016, setembro, dezembro). Custos da ampliação da licença-paternidade no Brasil. *Revista Brasileira de Estudos de População*, 33(3), 495-516, Recuperado a partir de <http://www.scielo.br/pdf/rbepop/v33n3/0102-3098-rbepop-33-03-00495.pdf>
- Amâncio, L. & Wall, K. (2004). Família e papéis de género: alguns dados recentes do Family and Gender Survey (ISSP). In *VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de ciências sociais*. Coimbra: Portugal, Recuperado a partir de <https://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/LigiaAmancio.pdf>
- Ammari, T. & Schoenebeck, S. (2015). Understanding and supporting fathers and fatherhood on social media sites. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM: Nova Iorque, 1905-1914, Recuperado a partir de <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2702205>
- Ariès, P. (1978). *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: LTC Editora.
- Arteiro, I. L. & Passos, M. C. (2016). A transicionalidade na escrita de blogs de maternidade – um meio de elaboração da experiência. In *Anais do VII Congresso de Psicopatologia Fundamental e XIII Congresso Brasileiro de Psicopatologia Fundamental*. João Pessoa, PB: Brasil, Recuperado a partir de <http://docplayer.com.br/59277344-A-transicionalidade-na-escrita-de-blogs-de-maternidade-um-meio-de-elaboracao-da-experiencia-1.html>
- Åström, B. (2015, junho). Postfeminist Fatherhood in the Animated Feature Films *Chicken Little* and *Cloudy with a Chance of Meatballs*. *Journal of Children and Media*, 9(3), 294-307, Recuperado a partir de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17482798.2015.1048145?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rchm20>
- Baby Center. (2015). *Millennial Dads: Equal Partners in Parenting*. [Site], Recuperado a partir de <http://storage.googleapis.com/think/docs/babycenter-millennial-dads-study.pdf>

- Bacete, R. (2016, maio). Entrevista: Ritxar Bacete. Entrevista concedida a Gina Tosas. *Lavanguardia*. Recuperado a partir de <http://www.lavanguardia.com/vida/20160526/402068710443/entrevista-ritxar-bacete-paternidad-positiva.html>
- Badinter, E. (1985). *Um amor conquistado: o mito do amor materno*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Badinter, E. (1993). *XY: Sobre a identidade masculina*. (2ª. Ed.). Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Barkley US. (2017). *The Millennial Parenthood Brief: Inside the life of modern parents*. [Site]. Recuperado a partir de <https://www.barkleyus.com/millennialparents/>
- Barreto, A.; Mónica, M. (2000) *Dicionário de História de Portugal*. Lisboa: Livraria Figueirinhas, vol 9.
- Beauvoir, S. (1967). *O segundo sexo*. (Vol. 2). São Paulo: Difusão Europeia do Livro.
- Bergara, A., Riviere, J. & Bacete, R. (2008). *Los hombres, la igualdad y las nuevas masculinidades*. Araba, España: EMAKUNDE, Recuperado a partir de: [http://www.aulaviolenciadegeneroenlocal.es/consejosescolares/archivos/P\\_013\\_los\\_hombres\\_la\\_igualdad.pdf](http://www.aulaviolenciadegeneroenlocal.es/consejosescolares/archivos/P_013_los_hombres_la_igualdad.pdf)
- Blum-Ross, A. (2015). 'Sharenting': parent bloggers and managing children's digital footprints. *Parenting for a Digital Future*. London: The London School of Economics and Political Science (LSE), Recuperado a partir de <http://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2015/06/17/managing-your-childs-digital-footprint-and-or-parent-bloggers-ahead-of-brit-mums-on-the-20th-of-june/>
- Blum-Ross, A. & S. Livingstone. (2016). Families and screen time: Current advice and emerging research. *Media Policy Brief 17*. London: Media Policy Project, The London School of Economics and Political Science, Recuperado a partir de <http://eprints.lse.ac.uk/66927/%5Cnhttp://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/%5Cn>
- Bourdieu, P. (2012). *A dominação masculina*. (11. Ed.). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Braga, A. (2009). Teoria e método na análise de um blog: o caso Mothern. In Amaral, A., Montardo, S. & Recuero, R. (Orgs.). *Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial.
- Burrows, R., Nettleton, S., Please, N., Loader, B. & Muncer, S. (2000, dezembro). Virtual community care? Social policy and the emergence of computer mediated social support. *Information, Communication and Society*, 3(1), 95-121, Recuperado a partir de [https://pure.york.ac.uk/portal/en/publications/virtual-community-care\(57403440-33eb-4144-a065-751819af4cff\)/export.html](https://pure.york.ac.uk/portal/en/publications/virtual-community-care(57403440-33eb-4144-a065-751819af4cff)/export.html)



Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Cadoná E. & Strey M.N. (2014, maio, agosto). A produção da maternidade nos discursos de incentivo à amamentação. *Revista Estudos Feministas*, 22(2), 477-499, Recuperado a partir de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-026X2014000200005&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-026X2014000200005&script=sci_abstract&tlng=pt)

Canal Ser Pai. (2017, 10 agosto). *Smartphones pode prejudicar o sono de bebês*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/10/smartphones-pode-prejudicar-o-sono-de-bebes/>

Canal Ser Pai. (2017, 17 agosto). *Por que não chamo minha filha de princesa*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/17/por-que-nao-chamo-minha-filha-de-princesa/>

Canal Ser Pai. (2017, 18 agosto). *Como ser um pai presente pode ajudar a mamãe*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/18/como-um-pai-presente-pode-ajudar-a-mamae/>

Canal Ser Pai. (2017, 21 agosto). *Conor McGregor e a paternidade*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/21/conor-mcgregor-e-a-paternidade/>

Canal Ser Pai. (2017, 22 agosto). *Segunda edição do curso de Paternidade Responsável*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/08/22/segunda-edicao-do-curso-de-paternidade-responsavel/>

Canal Ser Pai. (2017, 5 setembro). *Como a igualdade de gênero fez da Suécia um país melhor*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/09/05/como-a-igualdade-de-genero-fez-da-suecia-um-pais-melhor/>

Canal Ser Pai. (2017, 7 dezembro). *O que é paternidade responsável*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/12/07/o-que-e-paternidade-responsavel/>

Canal Ser Pai (2017, 6 dezembro). *15 Frases ditas para o seu filho ou para um amigo bêbado*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br/site/index.php/2017/12/06/15-frases-ditas-para-seu-filho-ou-para-um-amigo-bebado/>

Canal Ser Pai. (2018). [Instagram]. Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/canalserpai/>

Canal Ser Pai. (2018). [Weblog]. Recuperado a partir de <http://www.canalserpai.com.br>

- Carias, A. R. & Granato, T. M. M. (2015). Estudo Exploratório de Produções Imaginativas sobre a Paternidade veiculadas por Diários Virtuais (Blogs). In *13ª Jornada APOIAR: Cuidado e Prevenção em Saúde Mental - Propostas e Pesquisas*, São Paulo: IPUSP, Recuperado a partir de [file:///Users/cristinahentschke/Downloads/2015812\\_232319\\_435402558\\_reseu%20\(1\).pdf](file:///Users/cristinahentschke/Downloads/2015812_232319_435402558_reseu%20(1).pdf)
- Cenas e Coisas de um Pai. (2017, 18 setembro). *(Re)Arrumações*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/2017/09/18/rearrumacoes/>
- Cenas e Coisas de um Pai. (2017, 25 setembro). *Ska(aiiii!)te*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/2017/09/25/skaaiiite/>
- Cenas e Coisas de um Pai. (2017, 2 outubro). *Princesa do Asfalto*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/2017/10/02/princesa-do-asfalto/>
- Cenas e Coisas de um Pai. (2017, 15 novembro). *A melhor cena do mundo*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/2017/11/15/a-melhor-cena-do-mundo/>
- Cenas e Coisas de um Pai. (2017, 3 dezembro). *Como ter uma noite tranquila*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com/2017/12/03/como-ter-uma-noite-tranquila/>
- Cenas e Coisas de um Pai. (2018). [Instagram]. Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/cenasecoisasdeumpai/>
- Cenas e Coisas de um Pai. (2018). [Weblog]. Recuperado a partir de <https://cenasecoisasdeumpai.wordpress.com>
- Cúnico, S. D. & Arpini, D. M. (2013, maio). A família em mudanças: desafios para a paternidade contemporânea. *Pensando famílias*, 17(1), 28-40, Recuperado a partir de [https://www.researchgate.net/publication/287642735\\_A\\_familia\\_em\\_mudancas\\_desafios\\_para\\_a\\_paternidade\\_contemporanea](https://www.researchgate.net/publication/287642735_A_familia_em_mudancas_desafios_para_a_paternidade_contemporanea)
- Damkjaer, M. S. (2017). The ‘joys’ of digital media in new parenting. *Parenting for a Digital Future*. London: The London School of Economics and Political Science (LSE), Recuperado a partir de <http://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2017/04/13/the-joys-of-digital-media-in-new-parenting/>
- Dornelles, J. P. & Medeiros, V. R. (2014, maio). Tática metodológica: a análise de conteúdo na pesquisa empírica em comunicação. *Temática*, 10(5), 199-218, Recuperado a partir de <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/19255>
- Duarte, S. C. C. (2014). *Apropriação das Redes Sociais Online pela Geração Millennial em Portugal* (Dissertação de Mestrado). Instituto Universitário de Lisboa, Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Portugal, Recuperado a partir de <https://repositorio.iscte->

iul.pt/bitstream/10071/8872/1/SDuarte\_Apropria%C3%A7%C3%A3o%20das%20RSO\_Millennials\_Portugal%28P%26B%29.pdf

Fernandes, S. F. D. A. (2015). *Os estereótipos de gênero na publicidade televisiva. Uma comparação entre spots publicitários brasileiros e portugueses*, (Tese de Doutorado). Universidade do Minho, Doutorado em Ciências da Comunicação, Portugal, Recuperado a partir de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/38908>

Fischer, R. M. B. (1997). *O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise*. Educação & realidade, 22(2).

Fischer, R. M. B. (2001, 2º semestre). Mídia e educação da mulher: uma discussão teórica sobre modos de enunciar o feminino na TV. *Revista Estudos feministas*, 9(2), 586-599, Recuperado a partir de <http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n2/8642.pdf>

Fischer, R. M. B. (2002, maio, agosto). Problematizações sobre o exercício de ver: mídia e pesquisa em educação. *Revista Brasileira de Educação*, 20, 83-94, Recuperado a partir de <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a07.pdf>

Flaquer, L. (1999). *La Estrella Menguante del Padre*. Barcelona: Ariel

Fontoura, N., Pinheiro, L., Galiza, M. & Vasconcelos, M. (2010, junho). Pesquisas de uso do tempo no Brasil: contribuições para a formulação de políticas de conciliação entre trabalho, família e vida pessoal. *Revista Econômica*, 12(1), 11-46, Recuperado a partir de <http://www.revistaeconomica.uff.br/index.php/revistaeconomica/article/view/10/9>.

Fragoso, S., Recuero, R. & Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina.

Francis-Connolly, E. (2003). Constructing parenthood: Portrayals of motherhood and fatherhood in popular American magazines. *Journal of the Motherhood Initiative for Research and Community Involvement*, 5(1), 179-185, Recuperado a partir de <https://jarm.journals.yorku.ca/index.php/jarm/article/view/1926/1135>.

Gallagher, C. & Laqueur, T. (1987). *The Making of the Modern Body*. Londres: University of California Press.

Gregolin, M. (2007, novembro). Análise do discurso e mídia: a (re) produção de identidades. *Comunicação mídia e consumo*, 4(11), 11-25, Recuperado a partir de <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/105/106>

Guia Trabalhista. (2017). *O direito à licença paternidade sobrepõe ao início do gozo de férias*, Recuperado a partir de <http://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/Licenc-pater-e-ferias.htm>

Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.

Hamad, H. (2013). *Postfeminism and paternity in contemporary US film: Framing fatherhood*. (Vol. 28). London: Routledge.

- Hennigen, I. & Guareschi, N. M. D. F. (2002, janeiro, junho). A paternidade na contemporaneidade: um estudo de mídia sob a perspectiva dos estudos culturais. *Psicologia & sociedade*, 14(1), 44-68, Recuperado a partir de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-71822002000100004&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-71822002000100004&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Hennigen, I. & Guareschi, N. M. D. F. (2008, abril). Os lugares de pais e de mães na mídia contemporânea: questões de gênero. *Interamerican Journal of Psychology*, 42(1), 81-90, Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28442109>
- Holmes, M. (2007). *What is Gender?* London: Sage.
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). (2008). *Pnad 2007: Primeiras Análises Demografia, Gênero*. (Vol. 3). Brasília: Ipea, Recuperado a a partir de [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5526/1/Comunicado\\_n11\\_PNAD\\_Demografia.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5526/1/Comunicado_n11_PNAD_Demografia.pdf)
- Instituto Papai. (2001). *Paternidade e cuidado- Série Trabalhando com homens Jovens*. Rio de Janeiro: Promundo, Recuperado a partir de <https://pt.scribd.com/document/89965580/Caderno-2-Paternidade-e-Cuidado>
- Januário, S. M. B. B. (2009). O homem contemporâneo e a sua representação social nos media. *Passages de Paris, Édition Spéciale*, 223-235, Recuperado a partir de <http://apebfr.org/passagesdeparis/editione2009/portugal/Portugal%20-%20Soraya%20Januario.pdf>
- Januário, S. M. B. B. (2013). *Gênero e Media: estereótipos das masculinidades na publicidade das revistas masculinas em Portugal* (Tese de Doutorado). Universidade Nova de Lisboa, Doutorado em Ciências da Comunicação, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Portugal, Recuperado a partir de <https://run.unl.pt/handle/10362/10957>
- Januário, S. M. B. B. (2016). *Masculinidades em Re(construção): gênero, corpo e publicidade*. Covilhã: Labcom, Universidade da Beira Interior, Recuperado a partir de [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201605201149-201601\\_masculinidaderreconstrucao\\_\\_sorayabarreto.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201605201149-201601_masculinidaderreconstrucao__sorayabarreto.pdf)
- Jorge, A., Andrade, M. & Marôpo, L. (2017). A representação da maternidade em celebrity mommy blogs. *Atas - Investigação Qualitativa em Ciências Sociais*, (3), 144-153, Recuperado a partir de <http://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2017/article/view/1151/1116>
- Kozinets, R. V. (2014). *Netnografia: Realizando Pesquisa Etnográfica Online*. Porto Alegre: Penso.
- LaRossa, R. (1997). *The modernization of fatherhood: a social and political history*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.

- Leaper C. (2014). Socialização de gênero dos pais nos filhos. In Tremblay R.E, Boivin M., Peters R. V & Martin CL. *Enciclopédia sobre o Desenvolvimento na Primeira Infância* [online], Recuperado a partir de <http://www.encyclopedia-crianca.com/genero-socializacao-inicial/segundo-especialistas/socializacao-de-genero-dos-pais-nos-filhos>.
- Lemos, A. (2002). A arte da vida: diários pessoais e webcams na Internet. In *XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação*. Salvador: Bahia, Recuperado a partir de [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP8le mos.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP8le mos.pdf)
- Levtov R, van der Gaag N., Greene M., Kaufman M. & Barker G. (2015). *State of the World's Fathers: A MenCare Advocacy Publication*. Washington, DC: Promundo, Rutgers, Save the Children, Sonke Gender Justice, and the MenEngage Alliance, Recuperado a partir de <https://promundoglobal.org/resources/state-of-the-worlds-fathers-2015/>
- Livingstone, S., Mascheroni, G., Dreier, M., Chaudron, S. & Lagae, K. (2015). *How parents of young children manage digital devices at home: The role of income, education and parental style*. London: EU Kids Online, LSE.
- Medrado, B., Lyra, J., Valente, M., Azevedo, M. & Noca, J. (2011). A construção de uma política nacional de atenção integral à saúde do homem. In Trindade Z.A, Menandro M.C.S & Nascimento C.R.R (orgs.). *Masculinidades e práticas de Saúde*. Vitória: GM Editora, 27-35.
- Mello, Y., Gregolin, M.R. de & Fatima V. (2014). Youtube: práticas discursivas e identitárias no ciberespaço. *Mídia e Discurso na Amazônia*, 1(1), 80-92, Recuperado a partir de <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/124895/ISSN2318-924X-2014-01-01-80-92.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Montardo S. P. & Passerino, L. M. (2006, dezembro). Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. *Revista Renote – Novas tecnologias na Educação*, 4(2), 1-10, Recuperado a partir de <http://www.seer.ufrgs.br/renote/article/view/14173>
- Moura, S. M. S. R. & Araújo, M. F. (2004). Maternidade na história e a história dos cuidados maternos. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 24(1), 44-55, Recuperado a partir de <http://www.scielo.br/pdf/pcp/v24n1/v24n1a06.pdf>
- Narvaz, M. G. & Koller, S. H. (2006). Metodologias feministas e estudos de gênero: articulando pesquisa, clínica e política. *Psicologia em estudo*, 11(3), 647-654, Recuperado a partir de <http://www.scielo.br/pdf/%0D/pe/v11n3/v11n3a20.pdf>
- O Melhor Pai do Mundo (2017, 2 agosto). *Pai, estou a ficar crescendo*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/2017/08/>.
- O Melhor Pai do Mundo. (2017, 10 agosto). *Pai, esta história é so para Pais*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-esta-historia-e-so-para-pais-33630>

- O Melhor Pai do Mundo. (2017, 21 setembro). *Pai, acorda, são 8 da manhã e é fim de semana*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-acorda-sao-8-da-manha-e-e-fim-de-35372>
- O Melhor Pai do Mundo. (2017, 25 setembro). *Pai, eu nunca te vi a chorar*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-eu-nunca-te-vi-a-chorar-35607>
- O Melhor Pai do Mundo. (2017, 11 outubro). *Pai, este blog é sobre o Pai*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-este-blog-e-sobre-o-pai-36797>
- O Melhor Pai do Mundo. (2017, 28 outubro). *Pai, adoro os nossos “Dia de Pijama”*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-adoro-os-nossos-dia-do-pijama-37528>
- O Melhor Pai do Mundo. (2017, 8 novembro). *Pai, as famílias Pumpkin nomearam o nosso blog*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-as-familias-pumpkin-nomearam-o-38093>
- O Melhor Pai do Mundo. (2017, 7 dezembro). *Pai, no Natal vou oferecer-te meias*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-no-natal-vou-oferecer-te-meias-39088>
- O Melhor Pai do Mundo. (2017, 22 dezembro). *Pai, posso ajudar a arrumar a casa?* [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-posso-ajudar-a-arrumar-a-casa-39738>
- O Melhor Pai do Mundo. (2018, 4 janeiro). *Pai, não te esqueças de tratar de ti*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-nao-te-esquecas-de-tratar-de-ti-40353>
- O Melhor Pai do Mundo. (2018, 8 janeiro). *Pai, cá em casa a nossa pele é macia e cheirosa*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-ca-em-casa-a-nossa-pele-e-macia-e-40611>
- O Melhor Pai do Mundo. (2018, 12 janeiro). *Pai, olha esse vídeo no YouTube*. [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/pai-olha-este-video-no-youtube-40927>
- O Melhor Pai do Mundo.Pt. (2018). [Instagram]. Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/omelhorpaidomundo.pt/>
- O Melhor Pai do Mundo. (2018). [Weblog]. Recuperado a partir de <http://omelhorpaidomundo.pt/>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2016). *Parental leave: Where are the fathers?*. In OECD. Policy Brief, Recuperado a partir de [http://cite.gov.pt/pt/destaques/complementosDestqs2/parental\\_leave\\_where\\_are\\_fathers.pdf](http://cite.gov.pt/pt/destaques/complementosDestqs2/parental_leave_where_are_fathers.pdf)

- Paizinho, Vírgula!. (2017, 8 agosto). *O Melhor Pai do Mundo – Paizinho no YouTube*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/melhor-pai-youtube/>
- Paizinho, Vírgula!. (2017, 9 agosto). *O Melhor Pai do Mundo*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/melhor-pai/>
- Paizinho, Vírgula! (2017, 13 agosto). *Dia dos Paizíneos, uma problematização*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/dia-dos-paizineos-youtube/>
- Paizinho, Vírgula!. (2017, 23 agosto). *Filhos perfeitos? Pais perfeitos? – Paizinho no YouTube*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/filhos-perfeitos-youtube/>
- Paizinho, Vírgula!. (2017, 6 setembro). *Como funciona a minha rotina*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/rotina/>
- Paizinho, Vírgula!. (2017, 6 setembro). *Como funciona a minha rotina*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/rotina/>
- Paizinho, Vírgula!. (2017, 16 outubro). *5 dicas para lidar com a birra de forma positiva*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/birra/>
- Paizinho, Vírgula!. (2017, 24 outubro). *As crianças deveriam brincar livremente?* [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/brincar/>
- Paizinho, Vírgula! (2017, 22 novembro). *Foca na solução/Disciplina positiva- Paizinho no YouTube*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/focando-em-solucoes-youtube/>
- Paizinho, Vírgula!. (2018, 3 janeiro). *Elogio descritivo – Paizinho no YouTube*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/elogio-descritivo-youtube/>
- Paizinho, Vírgula!. (2018, 29 janeiro). *Falando com meninos do jeito que falamos com meninas*. [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com/falando-com-meninos-do-jeito-que-falamos-com-meninas/>
- Paizinho Vírgula Oficial. (2018). [Instagram]. Recuperado a partir de <https://www.instagram.com/paizinhovirgulaoficial/?hl=pt-br>
- Paizinho, Vírgula!. (2018). [Weblog]. Recuperado a partir de <https://paizinhovirgula.com>
- Perista, H., Cardoso, A., Brázia, A., Abrantes, M., Perista, P. & Quintal, E. (2016). *Os Usos do Tempo de Homens e de Mulheres em Portugal - Policy Brief*. CESIS – Centro de Estudos para a Intervenção Social, Lisboa, Recuperado a partir de [http://cite.gov.pt/pt/destaques/complementosDestqs2/INUT\\_brochura.pdf](http://cite.gov.pt/pt/destaques/complementosDestqs2/INUT_brochura.pdf)
- Perucchi, J., & Beirão, A. M. (2007, novembro). Novos arranjos familiares: paternidade, parentalidade e relações de gênero sob o olhar de mulheres chefes de família. *Psicologia*

- Clínica*, 19(2), 57-69, Recuperado a partir de <http://www.clinicaventura.com.br/arquivos/central/505d634098fdc82f2bc68a770cd89a03.pdf>
- Ponte, C. (2012). *Crianças & Media: Pesquisa Internacional e contexto português do Século XIX à actualidade*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Ponte, C., Simões, J., Baptista, S., Jorge, A. & Castro, T.S. (2017). *Crescendo entre Ecrãs: Usos de meios eletrónicos por crianças (3-8 anos)*. ERC- Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Recuperado a partir de <http://www.erc.pt/documentos/Crescendoentreecras/index.html>
- Portal Brasil. (2017). *Servidores passam a ter 20 dias de licença-paternidade*. [online]. Recuperado a partir de <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2016/05/servidores-passam-a-ter-20-dias-de-licenca-paternidade>
- Primo, A. (2012, setembro, dezembro). O que há de social nas mídias sociais? Reflexões a partir da teoria ator-rede. *Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura*, 10(3), 618-641, Recuperado a partir de <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6800/4681>
- Promundo Brasil. (2016). *A Situação da Paternidade no Brasil*. Rio de Janeiro, Brasil: Promundo. Recuperado a partir de [https://sowf.men-care.org/wp-content/uploads/sites/4/2017/01/relatorio\\_paternidade\\_03b\\_baixa.pdf](https://sowf.men-care.org/wp-content/uploads/sites/4/2017/01/relatorio_paternidade_03b_baixa.pdf)
- Rahali, M. (2017). Tiger Mom 2.0: (Over)parenting for a digital future? *Parenting for a Digital Future*. London: The London School of Economics and Political Science (LSE), Recuperado a partir de <http://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2017/06/06/tiger-mom-2-0-overprinting-for-a-digital-future/>
- Ramires, V.R. (1997). *O exercício da paternidade hoje*. Rio de Janeiro: Record/Rosa dos Tempos.
- Ranson, G. (2015). *Fathering, masculinity and the embodiment of care*. Reino Unido: Palgrave Macmillan.
- Ranson, G. (2017). Understanding fatherhood in the digital age. *Parenting for a Digital Future*. London: The London School of Economics and Political Science (LSE) Recuperado a partir de <http://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2017/06/14/understanding-fatherhood-in-the-digital-age/>
- Recuero, R. (2002). Weblogs, webrings e comunidades virtuais. In *VI Seminário Internacional de Comunicação*. Porto Alegre: Rio Grande do Sul, 16-17, Recuperado a partir de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.html>
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Editora Sulina.



- Reis, C. (2017). *Direito dos homens a serem pais*. Expresso. [online]. Recuperado a partir de <http://expresso.sapo.pt/sociedade/2017-07-15-Direito-dos-homens-a-serem-pais>
- Ribeiro, C. R. & Siqueira, S. V. H. F. de. (2007, janeiro, abril). O novo homem na mídia: ressignificações por homens docentes. *Revista Estudos Feministas*, 15(1):280, Recuperado a partir de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2007000100013/7114>
- Schwengber, M. S. V. (2012, setembro). A mídia ensina: a criança é soberana. *Comunicação Mídia e Consumo*, 9(25), 223-247, Recuperado a partir de [revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/download/322/pdf](http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/download/322/pdf)
- Scott, J. (1995, julho, dezembro). Gênero: uma categoria útil para a análise histórica. *Educação & Realidade*, 20(2), 71-99, Recuperado a partir de <http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721/40667>
- Sibilia, P. (2015, setembro, dezembro). Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. *Fronteiras-estudos midiáticos*, 17(3), 353-364, Recuperado a partir de <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2015.173.09/4984>
- Sibilia, P. (2016). *O Show do Eu*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Sibilia, P., & Diogo, L. (2011). Vitrines da intimidade na internet: imagens para guardar ou para mostrar. *Revista Estudos de Sociologia*, 16(30), 127-139, Recuperado a partir de <https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/3892/3573>.
- Significados. (2018). Meme. Recuperado a partir de <https://www.significados.com.br/meme/>
- Silva, J. M. (2010). *O lugar do pai: uma construção imaginária*. São Paulo: Annablume.
- Silverstone, R. (1994). *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- Silverstone R. (1999). *Why study the media?* London: Sage.
- Soares, C. & Saboia, A. L. (2007). *Tempo, trabalho e afazeres domésticos: um estudo com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 2001 e 2005*. Rio de Janeiro: IBGE, Coordenação de população e indicadores sociais.
- Suarez, A., Rodrigo, M. J. & Muneton, M. (2016). Parental activities seeking online parenting support: Is there a digital skill divide?. *Revista de Cercetare Si Interventie Sociala*, 54, 36-54, Recuperado a partir de <https://www.rcis.ro/en/current-issue/2286-parental-activities-seeking-online-parenting-support-is-there-a-digital-skill-divide.html>

- Sutter, C., & Maluschke, J. S. N. F. B. (2008, janeiro, março). Pais que cuidam dos filhos: a vivência masculina na paternidade participativa. *Psico*, 39(1), 74-82, Recuperado a partir de <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/view/1488/2799>
- Tomaz, R. (2015, janeiro, junho). Feminismo, maternidade e mídia: relações historicamente estreitas em revisão. *Galáxia*, 29, 155-166 Recuperado a partir de <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015120031> Acesso em 20/05/2017
- Valadares, M. (2011). *Vídeos confessionais do Youtube: abordagem de um dispositivo biopolítico* (Dissertação de Mestrado). Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Belo Horizonte, Recuperado a partir de [http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Comunicacao\\_ValadaresMG\\_1.pdf](http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Comunicacao_ValadaresMG_1.pdf)
- Williams, L. (2016). *Huffington Post: From Parenttech To Healthy Chocolate: 10 Key Parenting Trends For 2017*. Huffpost, UK. [online]. Recuperado a partir de [http://www.huffingtonpost.co.uk/lisa-williams1/from-parenttech-to-health\\_b\\_13881714.html?](http://www.huffingtonpost.co.uk/lisa-williams1/from-parenttech-to-health_b_13881714.html?)
- Wilm, M. (2002). A representação masculina em anúncios: uma observação sobre as diferenças na abordagem do gênero. In *XXV Congresso Anual em Ciências da Comunicação*, Salvador: Bahia, Recuperado a partir de <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/156065523103940585957749250403420126383.pdf>
- Woodward, K. (1997). *Identity and difference*. (Vol. 3). London: Sage.